

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของธุรกิจแพลตฟอร์มประชาสัมพันธ์  
และให้บริการจำหน่ายภาพตกแต่งบ้านจากศิลปินโดยตรง (ARTORY)



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์แพลตฟอร์มประชาสัมพันธ์และให้บริการจำหน่ายภาพตกแต่งบ้านจาก ศิลปินโดยตรง (ARTORY) สามารถสำเร็จได้สมบูรณ์ บรรลุผลตามเป้าหมายที่ได้วางไว้นั้น เนื่อง ด้วยความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนพล วีราสา อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการที่ได้ให้ คำแนะนำในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และให้ความช่วยเหลือในการตรวจสอบแก้ไขเนื้อหาของ สารนิพนธ์ฉบับนี้ รวมทั้งขอขอบพระคุณอาจารย์กฤษกร สุขเวชวรกิจ และ อาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ อาจารย์ผู้สอนวิชาการศึกษาศาสตร์เป็นอย่างยิ่ง สำหรับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนา ทั้งใน ด้านความรู้ในการดำเนินธุรกิจและประสบการณ์ที่ส่งมอบจากการทำธุรกิจจริง รวมทั้งเสียสละเวลา ในการให้คำปรึกษาตลอดระยะเวลาการศึกษานิตินิพนธ์นี้เสร็จสิ้น

คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ครอบครัว ตลอดจนเพื่อนๆ ที่ให้การ สนับสนุนในด้านความรู้ กำลังใจและความช่วยเหลือในด้านต่างๆ รวมทั้งขอขอบพระคุณคณาจารย์ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับท่านอื่นๆ ที่สละเวลาให้ข้อมูลและคำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ตลอดระยะเวลาซึ่งอาจ ไม่ได้กล่าวมา ณ ที่นี้

คุณประโยชน์ของแผนธุรกิจฉบับนี้ คณะผู้จัดทำขอมอบให้บุคคลต่างๆ ที่กล่าวมา ข้างต้น และสุดท้ายนี้ คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนธุรกิจฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ ศึกษาเรื่องนี้เพิ่มเติมต่อไปในอนาคต หากมีข้อผิดพลาดประการใด คณะผู้จัดทำขอรับไว้และขออภัย มา ณ ที่นี้ด้วย

สุชาติ ตันทนาววัฒน์

## บทสรุปผู้บริหาร

นักศึกษาที่จบการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปะในแต่ละปี มีจำนวนปีละประมาณ 2,000 คน ซึ่งศิลปินเหล่านี้เป็นศิลปินรุ่นเล็กที่ยังไม่มีชื่อเสียงและไม่เป็นที่รู้จัก โดยกระบวนการเดิมของศิลปินในการประชาสัมพันธ์ให้ตนเองเป็นที่รู้จักคือการแสดงผลงานผ่านทางแกลเลอรี ซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูง ผลงานที่นำไปแสดงไม่สามารถขายได้ทันที และการแสดงผลงานในแกลเลอรีต้องสร้างผลงานจำนวนมากถึงจะจัดแสดงได้ สิ่งเหล่านี้จึงกลายเป็นสิ่งที่ทำให้ศิลปินรุ่นเล็กขาดโอกาสในการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก รวมทั้งตัวของศิลปินไม่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและความสามารถในการทำการตลาด ซึ่งจากหลายปัจจัยที่กล่าวมาจึงเป็นปัญหาที่ขัดขวางโอกาสของศิลปินรุ่นเล็กเหล่านี้

ในด้านของลูกค้าที่สนใจงานศิลปะ ARTORY ได้พบปัญหาของผู้สนใจงานศิลปะทางสังคมออนไลน์ ที่ไม่สามารถหาช่องทางในการเลือกซื้อผลงานศิลปะที่มีคุณภาพในราคาที่ไม่สูง โดยภาพวาดจริงที่เป็นทางเลือกในตลาดก็มีราคาค่อนข้างสูง แต่เนื่องด้วยการพัฒนาของเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้สามารถนำภาพวาดเปลี่ยนเป็นข้อมูลดิจิทัลและนำมาพิมพ์ซ้ำ ที่ให้คุณภาพใกล้เคียงกับภาพจริงในราคาที่ไม่สูงนัก

โดย ARTORY นั้นเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ให้บริการบนระบบอินเทอร์เน็ต แต่ในส่วนการผลิตภาพพิมพ์นั้นจำเป็นต้องใช้พื้นที่ในการผลิตภาพ รวมทั้งใช้เป็นสำนักงานที่เป็นออฟฟิศในการติดต่อกับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ARTORY จึงเลือกทำเลที่เหมาะสมกับการทำงานทั้งสองส่วน โดยเลือกใช้การเช่าอาคารพาณิชย์ เลขที่ 38 แขวง ศาลาธรรมสพน์ เขต ทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร เป็นอาคาร 4 ชั้น มีพื้นที่ใช้สอยรวมประมาณ 240 ตร.ม.(ชั้นละ 60 ตรม.) โดยตัวอาคารติดกับถนนบรมราชชนนี ซึ่งเป็นถนนสายหลักที่สามารถเดินทางได้สะดวก

ในเรื่องกระบวนการดำเนินงานนั้น ARTORY มีกระบวนการดำเนินงานที่เป็นมาตรฐานตั้งแต่การคัดกรองผลงานจากศิลปินเข้าแพลตฟอร์มที่มีการคัดกรองด้านขนาดและคุณภาพของภาพ ในด้านกระบวนการผลิตมีในเรื่องคุณภาพของสินค้าที่เป็นมาตรฐานสากล และมีการ

## บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

วางแผนด้านการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า โดยมีกำลังการผลิตสูงสุดที่ 92 ชิ้นต่อวัน จนถึงด้านการจัดส่งที่มีการตรวจสอบคุณภาพก่อนการจัดส่งทุกครั้ง

ARTORY มีแผนในการใช้เงินลงทุนจำนวน 1,560,500 บาท เป็นการลงทุนของสมาชิก ARTORY ทั้งหมด โดยในปีแรกคาดการณ์รายได้ที่ 5,937,208 บาท มีกำไรสุทธิ 871,117 บาท จากการประมาณการโครงการในเวลา 5 ปี โครงการแผนธุรกิจ ARTORY จะมีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 18,900,353 บาทและให้อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) ที่ 158.75% ใช้ระยะเวลาคืนทุน 1.79 ปี มีจุดคุ้มทุนที่ 3,506 ชิ้น หรือรายได้ขั้นต่ำที่ 4,202,721 บาทต่อปี



## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ณ
<b>บทที่ 1</b> ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ	1
1.2 รูปแบบธุรกิจ	4
1.2.1 ชื่อตราสินค้า	4
1.2.2 วิสัยทัศน์	5
1.2.3 พันธกิจ	5
1.2.4 เป้าหมายด้านการตลาด	5
1.2.5 เป้าหมายด้านธุรกิจ	5
1.2.6 ลักษณะการบริการและรายละเอียดธุรกิจ	6
1.2.7 คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าและบริการ	7
<b>บทที่ 2</b> การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ	<b>9</b>
2.1 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร	9
2.2 โครงสร้างองค์กร	10
2.3 คุณสมบัติของบุคลากรในบริษัท	11

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3</b> <b>แผนการปฏิบัติการในการจัดตั้งธุรกิจ</b>	<b>13</b>
3.1 <b>ทำเลที่ตั้ง</b>	13
3.2 <b>การวางแผนด้านกำลังการผลิต</b>	14
3.3 <b>การคาดการณ์จำนวนการผลิตและค่าคอมมิชชั่นของศิลปินแต่ละระดับ</b>	15
3.4 <b>กระบวนการดำเนินงาน</b>	16
<b>บทที่ 4</b> <b>สมมติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน</b>	<b>19</b>
4.1 <b>โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน</b>	19
4.2 <b>การประมาณการรายได้</b>	21
4.3 <b>การประมาณการต้นทุน</b>	22
4.4 <b>การคำนวณเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ</b>	26
4.5 <b>ประมาณการงบกำไรขาดทุน</b>	27
4.6 <b>ประมาณการงบกระแสเงินสด</b>	28
4.7 <b>ประมาณการงบดุล</b>	29
4.8 <b>การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนและจุดคุ้มทุน</b>	30
4.8.1 <b>มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV)</b>	30
4.8.2 <b>อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR)</b>	30
4.8.3 <b>ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)</b>	30
4.8.4 <b>จุดคุ้มทุน (Break Even Point)</b>	30

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน</b>	<b>31</b>
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>33</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>34</b>
ภาคผนวก ก สถาบันการศึกษาที่สอนศิลปะ	35
ภาคผนวก ข บทสัมภาษณ์ BACC	38
ภาคผนวก ข บทสัมภาษณ์ TCDC	42
ภาคผนวก ค บทสัมภาษณ์อาจารย์ศิลปะ, ศิลปิน	44
ภาคผนวก ค บทสัมภาษณ์สถาปนิก	52
ภาคผนวก ฅ แบบสอบถามพฤติกรรมการอยู่อาศัยและการใช้ภาพตกแต่ง	58
ภาคผนวก ง สัมภาษณ์กลุ่มลูกค้า ความชอบวัสดุ และการประเมินราคาสินค้า	60
ภาคผนวก จ สัมภาษณ์ความต้องการซื้อสินค้าจากแพลตฟอร์ม ARTORY	68
ภาคผนวก ฉ การพัฒนาแพลตฟอร์ม ARTORY	69
ภาคผนวก ช ตำรวจตลาด โชนจตุจักร	74
ภาคผนวก ซ คู่แข่ง	77
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>80</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	รายชื่อผู้ถือหุ้น	9
3.1	กำลังการผลิตเทียบต่อหน้าที่	14
3.2	กำลังการผลิตเทียบต่อชิ้น	14
3.3	การคาดการณ์จำนวนศิลปินแต่ละระดับ	15
3.4	การคาดการณ์จำนวนผลงานของศิลปินที่ขายได้แต่ละระดับ	16
4.1	การใช้ไปของเงินลงทุนในโครงการ	19
4.2	การใช้ไปของเงินลงทุนในโครงการส่วนเครื่องมือพัฒนาแพลตฟอร์ม	20
4.3	การใช้ไปของเงินลงทุนในโครงการส่วนเครื่องมือการผลิต	20
4.4	การใช้ไปของเงินลงทุนในโครงการส่วนอุปกรณ์สำนักงาน	21
4.5	การใช้ไปของเงินลงทุนในโครงการส่วนค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	21
4.6	แสดงปริมาณการขาย ตามประมาณการยอดขาย(ชิ้น/ปี)	21
4.7	แสดงราคาขายตามขนาดสินค้า	22
4.8	ประมาณการรายได้ต่อปี	22
4.9	ต้นทุนภาพแคนวาส [ขนาด40*60]	23
4.10	ต้นทุนภาพแคนวาส [ขนาด60*90]	23
4.11	เงินเดือนแรงงานในการผลิต พัฒนา และให้บริการ	24
4.12	เงินเดือนแรงงานในการขายและบริหาร	24
4.13	ค่าโสหุ้ยในการผลิต (ต่อปี)	25
4.14	ค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ต่อปี)	25
4.15	การคำนวณเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ	26
4.16	ประมาณการงบกำไรขาดทุน	27
4.17	ประมาณการงบกระแสเงินสด	28
4.18	ประมาณการงบดุล	29



## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า	
1.1	แผนภาพแสดงปัญหาของศิลปินรุ่นเล็ก	2
1.2	ปัญหาการซื้อภาพตกแต่ง จากเว็บไซต์ <a href="http://www.pantip.com">www.pantip.com</a>	2
1.3	แผนภูมิแสดงสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ต	3
1.4	รูปแบบธุรกิจ	4
1.5	ตราสินค้า	4
2.1	โครงสร้างองค์กร	10
3.1	ทำเลที่ตั้ง	13
3.2	กระบวนการดำเนินงาน	16



## บทที่ 1

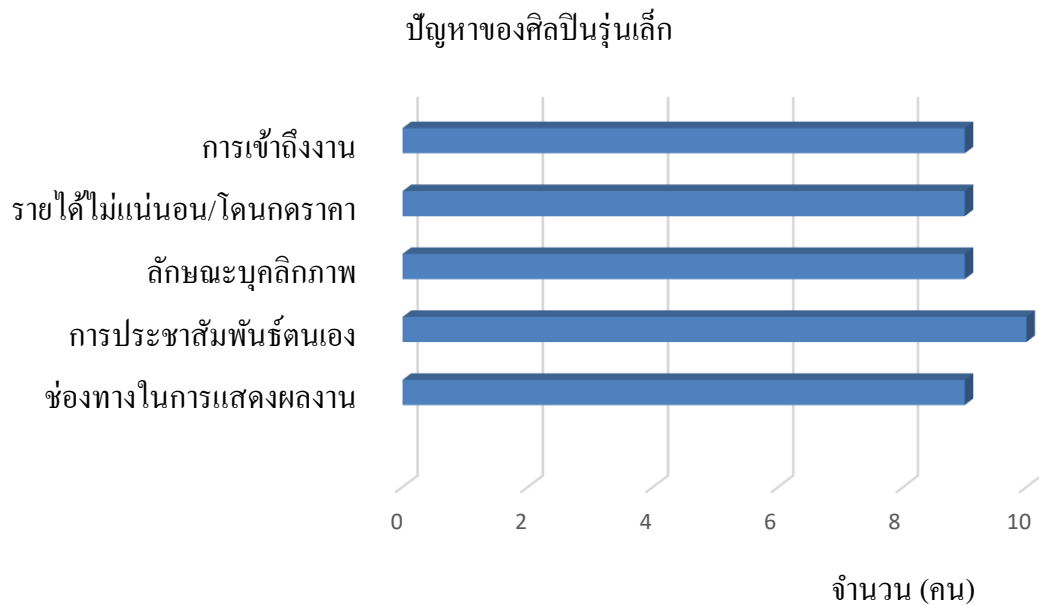
### ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ

#### 1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ

ภาพวาดเป็นผลงานศิลปะที่ถูกสร้างสรรค์โดยศิลปิน โดยมูลค่าของผลงานศิลปะนั้นไม่มีมาตรฐานตายตัวในการประเมิน แต่จากผลการผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าปัจจัยหลักสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ศิลปินสามารถตั้งมูลค่าผลงานของตัวเองได้สูงขึ้น ขึ้นอยู่กับชื่อเสียงและการเป็นที่รู้จักของศิลปิน

ในแต่ละปีมีนักศึกษาที่จบการศึกษาจากวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยในขณะที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปะราวปีละ 2,000 คน เป็นศิลปินรุ่นเล็กที่ยังไม่มีชื่อเสียงและไม่เป็นที่รู้จัก กระบวนการเดิมของศิลปินในการประชาสัมพันธ์ให้ตนเองเป็นที่รู้จักคือการแสดงผลงานผ่านทางแกลเลอรี ซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูง ผลงานที่นำไปแสดงไม่สามารถขายได้ทันที และการแสดงผลงานในแกลเลอรี ไม่ใช่การนำผลงานจำนวนไม่กี่ชิ้นไปแสดง แต่ต้องเป็นการจัดแสดงนิทรรศการและตีพิมพ์ผลงาน ซึ่งต้องใช้เวลาในการสร้างผลงานจำนวนมาก กลายเป็นปัญหาของศิลปินรุ่นเล็กในการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก

โดยจากการสัมภาษณ์ปัญหาของศิลปินรุ่นเล็กจาก อาจารย์ศิลปะ 5 คน, นักศึกษาศิลปะ 2 คน, แกลเลอรี 1 แห่ง, ร้านขายภาพศิลปะ 1 แห่ง และหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร รวมทั้งสิ้น 10 คน พบว่าศิลปินรุ่นเล็กมีปัญหาในด้านการเข้าถึงงานที่จะรับมาทำน้อย ต้องผ่านคนกลางในการว่าจ้าง รายได้ในแต่ละช่วงไม่มีความแน่นอน รวมทั้งลักษณะบุคลิกภาพของศิลปินที่เป็นคนจี๋อาย มีโลกส่วนตัวสูง การประชาสัมพันธ์ตนเองและทำการตลาดให้เป็นที่รู้จักกับคนทั่วไปต่ำ และมีช่องทางในการแสดงผลงานผ่านทางแกลเลอรีไม่มาก โดยทั้ง 10 คน ได้ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันตามภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 แผนภาพแสดงปัญหาของศิลปินรุ่นเล็ก

และทาง ARTORY ได้พบปัญหาของผู้สนใจงานศิลปะแต่ไม่สามารถหาช่องทางในการเลือกซื้อผลงานศิลปะที่มีคุณภาพในราคาที่ไม่สูง และศิลปินก็ไม่มีช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า

**ช่วยแนะนำที่ซื้อภาพสวยๆ(ภาพพิมพ์) ราคาสมเหตุสมผล**

ภาพพิมพ์ | ภาพวาดลายเส้น | ภาพวาดสีไม้ ? กระจุกคำถาม

1. เป็นคนชอบทภาพสวย ไปได้กรอบรูปประดับผนัง อยากขอคำแนะนำว่าจะหาซื้อภาพวาด ภาพถ่ายสวยๆ ที่เขาเอามาพิมพ์เอาขายได้ที่ไหน ราคาสมเหตุสมผล ไม่แพงราคาสูง เพราะรายได้จำกัด กลัวคนจนคิดด้วยแหละ(คำว่า แหละ สกตออกหรือเปล่า ก็ไม่รู้)

**ซื้อรูปติดฝาผนังบ้านสวยๆ และราคาไม่แพงได้ที่ไหนคะ**

ศิลปะ | ภาพวาดสีน้ำ | ภาพพิมพ์ | วิจิตรศิลป์ (Fine Art) | ตกแต่งบ้าน ? กระจุกคำถาม

จบกวนแนะนำหน่อยค่ะว่าไปซื้อที่ไหนดี พอคิดว่ากำลังจะย้ายเข้าบ้านใหม่ แล้วอยากหารูปติดตามผนังบ้านในห้องต่างๆ แต่อยากได้ที่ราคาไม่แพงมากค่ะ

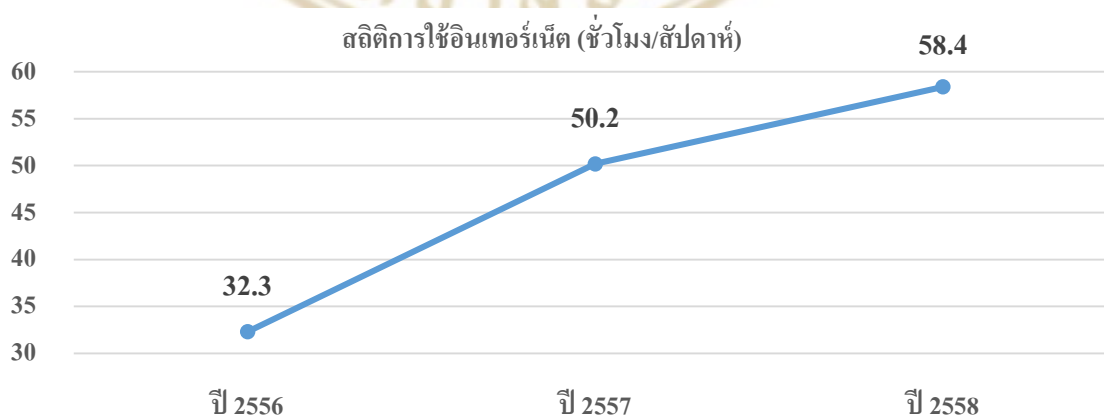
ภาพที่ 1.2 ปัญหาการซื้อภาพตกแต่ง จากเว็บไซต์ www.pantip.com

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ศิลปินและอาจารย์ศิลปะ พบว่าศิลปินมีปัญหาทางด้านการประชาสัมพันธ์ตนเองให้เป็นที่รู้จัก ช่องทางการนำเสนอผลงานของศิลปินยังอยู่ในรูปแบบเดิมคือการแสดงผลงานผ่านแกลเลอรี ซึ่งเป็นช่องทางที่ไม่เอื้ออำนวยให้กับศิลปินรุ่นเล็ก ไม่เปิดโอกาสให้

ผลงานเข้าถึงลูกค้าได้ มีศิลปินจำนวนไม่มากนักนำผลงานของตัวเองขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะทำให้ศิลปินเป็นที่รู้จักและมีโอกาสขายผลงานได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันนี้ยังไม่มีแพลตฟอร์มใดในการรวบรวมผลงานของศิลปินให้มาอยู่ในพื้นที่เดียวกัน เพื่อที่ง่ายต่อการเข้าถึงทั้งฝั่งลูกค้าและศิลปิน

จากช่องว่างระหว่างศิลปินและลูกค้าที่สนใจซื้อ ทาง ARTORY จึงมีแนวคิดที่จะสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยเป็นจุดเชื่อมโยงความต้องการของศิลปินและลูกค้า ถือเป็นพื้นที่แสดงผลงาน แกลเลอรีออนไลน์ สำหรับศิลปินและช่องทางในการซื้อผลงานที่มีคุณภาพในราคาย่อมเยาว์สำหรับลูกค้า

ปัจจุบันแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจแพลตฟอร์มออนไลน์เพิ่มสูงขึ้นทุกวัน โดยรับผลจากการเข้าถึงง่ายขึ้นของ smartphone และอินเทอร์เน็ต ทำให้มีการซื้อขายสินค้าออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตที่มากขึ้น ซึ่งจากสถิติการใช้งานของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจากการสำรวจของ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) พบว่าการใช้งานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในปี 2558 คนไทยมีอัตราการใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 58.4 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือ 8.3 ชั่วโมงต่อวัน เพิ่มขึ้น 16.14% จากปี 2557 และสถิติจากวีอาร์โซเซียล ประเทศไทยมีสถิติผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำถึง 38 ล้านคนหรือ 56% ของประชากรทั้งหมดภายในประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางของตลาด E-commerce ที่มีการคาดการณ์จากศูนย์วิจัยกสิกรไทยว่า ในปี พ.ศ.2559 จะมีการขยายตัว ประมาณ 15-20 % จากปี พ.ศ. 2558 หรือมีมูลค่าตลาดประมาณ 230,000 – 240,000 ล้านบาท



ภาพที่ 1.3 แผนภูมิแสดงสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ต

## 1.2 รูปแบบธุรกิจ



ภาพที่ 1.4 รูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจของ ARTORY เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์และสร้างรายได้ให้กับศิลปิน ซึ่งเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจเดิมจากการขายผลงานหนึ่งชิ้นให้กับลูกค้าหนึ่งคน เป็นการทำให้ผลงานสามารถส่งต่อได้ให้กับลูกค้าหลายคนโดยการผลิตใหม่ ขณะเดียวกับ ARTORY ก็ยังเป็นช่องทางให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงผลงานศิลปะและศิลปินจำนวนมาก

### 1.2.1 ชื่อตราสินค้า

# ARTORY

ภาพที่ 1.5 ตราสินค้า

ARTORY มาจากคำว่า ART, STORE, STORY เป็นการกล่าวถึงแหล่งรวบรวมศิลปะที่มีที่มาที่หลากหลายจากที่มีศิลปินจำนวนมากในแพลตฟอร์ม สี่ที่ใช้เป็นสีขาวคำสี่ถึงสี่ที่สำคัญที่ใช้

ในการวาดภาพ ถ้าต้องการสีที่เข้มขึ้นก็ใช้สีดำในการผสม ถ้าต้องการทำให้สีสว่างหรืออ่อนลงก็ใช้สีขาวในการผสม

### 1.2.2 วิสัยทัศน์

ARTORY ต้องการเป็นแพลตฟอร์มขายภาพพิมพ์ศิลปะจากศิลปินอันดับ 1 ในประเทศไทย

### 1.2.3 พันธกิจ

1. เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ผลงานศิลปินที่มีประสิทธิภาพ
2. ผลิตภาพพิมพ์ที่ตรงความต้องการลูกค้ามากที่สุดทั้งสได้ภาพและขนาด

### 1.2.4 เป้าหมายด้านการตลาด

เป็นแพลตฟอร์มทางการขายภาพตกแต่งบ้านแห่งแรกที่ลูกค้านึกถึง

### 1.2.5 เป้าหมายด้านธุรกิจ

#### เป้าหมายระยะสั้น

1. สร้างฐานลูกค้าไม่ต่ำกว่า 1.5% ของตลาดบ้านและคอนโดมิเนียมเกิดใหม่ หรือขายภาพตกแต่งบ้านจำนวน 4,952 รูป
2. สร้างศิลปินให้เข้าร่วมกับแพลตฟอร์มไม่ต่ำกว่า 150 คนในปีแรก
3. สร้างรายได้ไม่ต่ำกว่า 5,937,208 บาท หรือมากกว่าจุดคุ้มทุนที่ 4,202,721 บาทในปีแรก
4. สร้างแพลตฟอร์มให้เป็นที่รู้จักผ่านการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดออนไลน์ โดยสื่อสารผ่านทาง Facebook และ Google Ads ให้มีคนเห็นแพลตฟอร์มผ่านการประชาสัมพันธ์ทางนี้ไม่ต่ำกว่า 1,000,000 คนในปีแรก

### เป้าหมายระยะยาว

1. สร้างแพลตฟอร์มให้เป็น Top of mind ในเรื่องภาพตกแต่งบ้านที่ลูกค้านึกถึงและเลือกเป็นอันดับแรก
2. เพิ่มจำนวนศิลปินในแพลตฟอร์มให้เพิ่มจากเดิมปีละ 100%
3. ขยายรูปแบบประเภทสินค้าให้มากขึ้น โดยอาจจะเพิ่มสินค้าชนิดอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปะ
4. เพิ่มช่องทางในการขายสินค้าให้มากขึ้น จากเดิมนั้นขายภายในประเทศเท่านั้น โดยอาจเพิ่มช่องทางการขายไปในภูมิภาคอาเซียนต่อไป
5. ส่งเสริมการพัฒนาศิลปินที่จะเข้าร่วมในแพลตฟอร์ม โดยมีการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ให้กับทางมหาวิทยาลัยต่างๆ โดยวางเป้าหมายระยะยาวเพิ่มที่ 5 มหาวิทยาลัยต่อไป

### 1.2.6 ลักษณะการบริการและรายละเอียดธุรกิจ

ARTORY เป็นแพลตฟอร์มที่จะเข้ามาเป็นช่องทางระหว่างศิลปินวาดรูปกับลูกค้าที่ต้องการความหลากหลายในตัวเลือกของงานศิลปะ โดยในปัจจุบันนี้ลูกค้าที่เลือกงานศิลปะเพื่อตกแต่งบ้านนั้น มีช่องทางในการเลือกสินค้าที่มีความหลากหลายน้อย โดยจากการสำรวจคู่แข่งในอุตสาหกรรมพบว่าคู่แข่งมีจำนวนรูปอยู่ที่ 80-371 รูป และรูปส่วนใหญ่เป็นรูปทั่วไปสามารถหาได้ตามท้องตลาดและภาพตกแต่งของร้านค้าที่ขายทั่วไปทางอินเทอร์เน็ตนั้นมีการทำซ้ำเป็นรูปแบบเดียวกันเป็นจำนวนมาก ประกอบกับการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคพบว่าจำนวนรูปที่มากส่งผลต่อการตัดสินใจในการซื้อรูป แต่จำนวนรูปที่มากนั้นต้องมีการจัดประเภทของรูปเพื่อให้ง่ายต่อการหารูปแต่ละประเภท

โดย ARTORY จะเป็นตัวกลางในการตอบสนองความต้องการซื้อสินค้าจากลูกค้าและความต้องการขายสินค้าจากศิลปิน ARTORY เลือกให้บริการบนเว็บไซต์เป็นแพลตฟอร์มแรกเนื่องจากสามารถเข้าถึงได้ทั้งจากอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่และคอมพิวเตอร์ โดยเป็นส่วนฝั่งของผู้ซื้อที่เข้ามาชมภาพและสั่งซื้อ และฝั่งของศิลปินในการลงผลงานของตนเอง ชื่อโดเมนเนมของ ARTORY คือ <http://artory.co> โดยการใช้งานสามารถแบ่งเป็น 2 ฝั่งได้ดังนี้

**การใช้งานฝั่งลูกค้า** ลูกค้าจะสามารถเข้ามาเลือกชมผลงานของศิลปินได้ภายในแพลตฟอร์ม โดยไม่จำเป็นต้องลงทะเบียนเป็นสมาชิก เมื่อต้องการซื้อผลงานใดถึงเข้าสู่กระบวนการสมัครสมาชิก

**การใช้งานฝั่งศิลปิน** ศิลปินที่จะนำผลงานของตนเองมาลงในแพลตฟอร์ม ต้องทำการลงทะเบียนโดยกรอกรายละเอียดของตัวศิลปิน (About) แนวคิดการสร้างผลงาน (Art Description) พร้อมทั้งแนบผลงานของตนเองที่จะนำลงมาขาย โดยศิลปินสามารถเลือกชื่อ โดเมนเนมของตนเองได้ [http://artory.co/artist/\\*artist name\\*](http://artory.co/artist/*artist name*) เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์และขายผลงาน

ในด้านการบริการในการช่วยเหลือทาง ARTORY จะมีบริการ E-mail Support ซึ่งจะตอบกลับภายใน 24 ชม. และ Call Center ในช่วงเวลาการทำงานของ ARTORY จันทร์ - ศุกร์ ช่วงเวลา 8.00 -17.00 น.

นอกจากนี้ ARTORY ยังมีบทความภายในเว็บไซต์เพื่อให้ความรู้ด้านผลงานศิลปะ ทั้งในการสร้างผลงาน รูปแบบของงานศิลปะ สำหรับผู้สนใจ รวมถึงจัดกิจกรรมประกวดผลงานสำหรับศิลปิน โดยหัวข้อจะเป็นการนำข้อมูลจากฐานข้อมูล เช่นรูปแบบที่ถูกค่านิยมตั้งชื่อในช่วงเวลานั้นๆ มาใช้ในการวิเคราะห์และนำเสนอให้ศิลปินสร้างผลงานตามเทรนด์ความต้องการของลูกค้า

### 1.2.7 คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าและบริการ

#### ส่วนของศิลปิน

##### • ด้านช่องทางในการประชาสัมพันธ์

เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ของศิลปิน จากช่องทางปกติที่ใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านแกลเลอรีและหน้าร้าน เป็นการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์ (Virtual Gallery and Online Portfolio) ที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกและเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาที่ยังไม่มีชื่อเสียงและช่องทางในการประชาสัมพันธ์ตนเอง

##### • ด้านการสร้างรายได้

เป็นการนำผลงานของศิลปินมาผลิตชิ้นใหม่ จากเดิมที่ผลงานของศิลปินขายได้เพียงครั้งเดียว (One to One) สามารถนำมาผลิตขายให้กับลูกค้าได้จำนวนมาก (One to Many) โดยกลุ่มศิลปินเป้าหมายหลักนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่และจบใหม่ ยังไม่มีช่องทางในการหารายได้มากเพียงพอ มักจะโดนได้ส่วนแบ่งจากการทำงานน้อยและโดนกดราคา

##### • ด้านความสะดวกและการบริการ

ศิลปินไม่ต้องบริหารจัดการ ตั้งแต่การผลิตจนสินค้าถึงมือลูกค้า ซึ่งกระบวนการทั้งหมดใช้ระยะเวลาอันยาวนาน มีความยุ่งยาก ทั้งด้านการตลาด การผลิต การจัดการคลังสินค้า การขาย การชำระเงินและการขนส่ง จากการสัมภาษณ์พบว่าศิลปินไม่มีความเชี่ยวชาญ แพลตฟอร์มจะเข้ามา



ตอบสนองปัญหาเหล่านี้ โดยศิลปินเพียงแค่ส่งรูปภาพมาลงในแพลตฟอร์ม กระบวนการอื่น ARTORY จะมีหน้าที่จัดการทั้งหมด

### **ส่วนของลูกค้า**

#### **• ด้านความหลากหลาย**

ARTORY มีสไตล์และแตกต่างจากที่อื่น มีการแสดงความหลากหลาย (Variety) ของรูปภาพให้ลูกค้าสามารถเลือกรูปที่ตนเองต้องการได้ แบ่งเป็นหมวดหมู่ที่เลือกซื้อได้ง่าย (Convenience) และมีแบบให้เลือกมากกว่า 600 แบบ ซึ่งแตกต่างจากเว็บอื่นที่ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าได้น้อย อีกทั้งรูปภาพแต่ละแบบนี้มักจะมีซ้ำกับทางเว็บอื่น นอกจากนี้ ARTORY ยังสามารถเลือกขนาดภาพได้

#### **• ด้านคุณภาพ**

ARTORY มีการรับประกันสินค้าทุกชิ้น ซึ่งต้องมีการตรวจสอบจากทาง ARTORY ก่อนที่จะส่งถึงมือลูกค้า รวมทั้งในเรื่องของคุณภาพสินค้าที่มีการใช้วัสดุอย่างดี ได้มาตรฐานสากล

#### **• ด้านความสะดวกและการบริการ**

ลูกค้ามีความสะดวกมากเพราะเป็นระบบออนไลน์ เพราะมีศิลปินให้เลือกมากมายโดยที่ลูกค้าไม่ต้องค้นหาและติดต่อศิลปินเอง และส่งสินค้าให้โดยที่ลูกค้าไม่ต้องมารับสินค้าเอง

## บทที่ 2

### การจัดตั้งและบริหารองค์ธุรกิจ

#### 2.1 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร

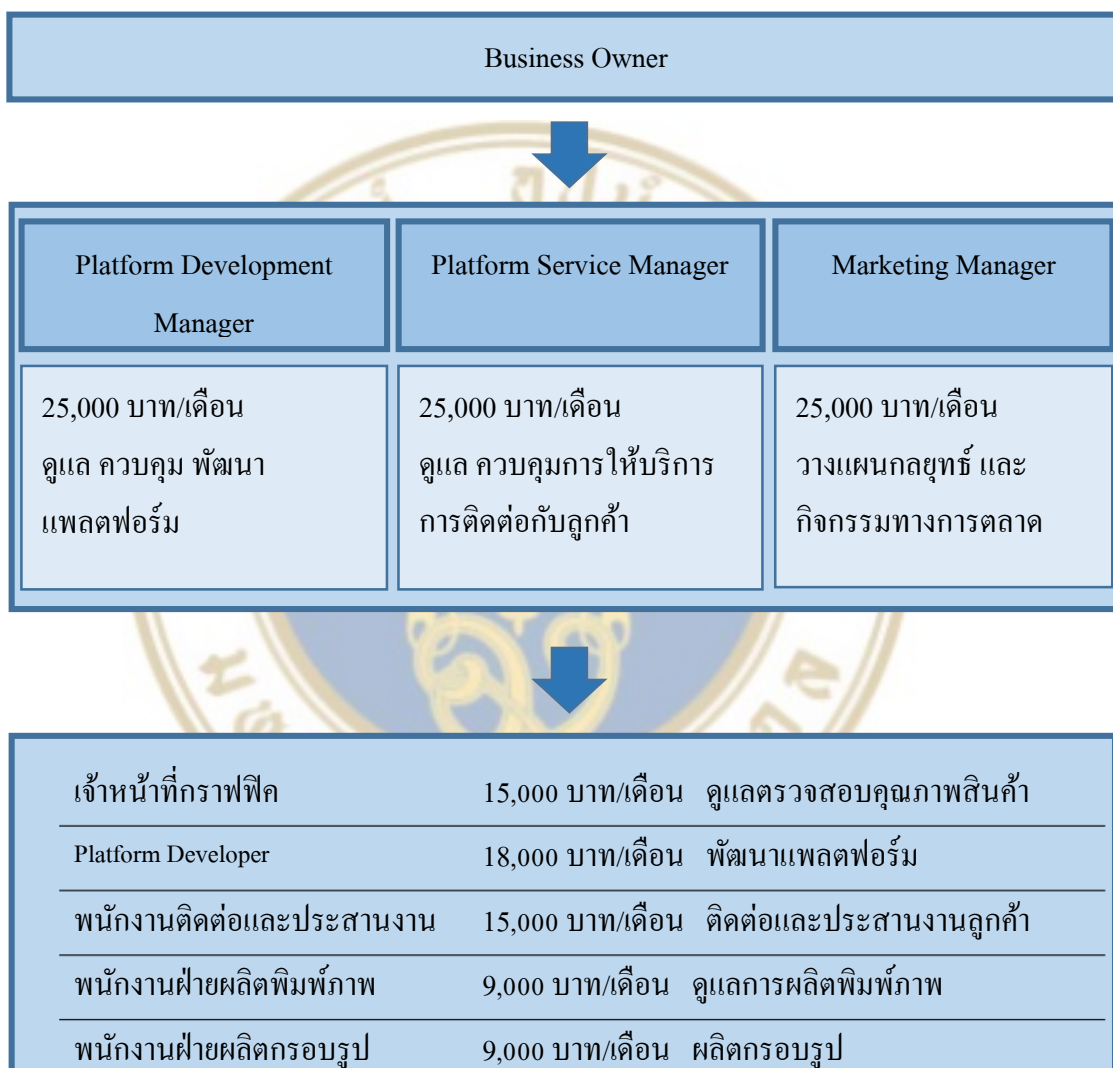
ARTORY จัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด โดยมีเงินจากผู้ถือหุ้นทั้ง 3 คน เป็นจำนวน 1,560,500 บาท โดยจัดสรรหุ้นจำนวน 15,605 หุ้น ในราคาหุ้นละ 100 บาท มีนโยบายจ่ายปันผลไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40% จากกำไรสุทธิตั้งแต่ปีที่ 5 เป็นต้นไป ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### ตาราง 2.1 รายชื่อผู้ถือหุ้น

ลำดับที่	ชื่อผู้ร่วมทุน	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	เงินลงทุน
1	จุพภา เรืองวัฒนาโชค	4,680	30%	468,000 บาท
2	ณัฐ เทพพิมล	6,245	40%	624,500 บาท
3	สุชาติ ตันทนาวิวัฒน์	4,680	30%	468,000 บาท
รวม		15,605	100%	1,560,500 บาท

## 2.2 โครงสร้างองค์กร

การบริหารและจัดการองค์กรสามารถอธิบายได้จากภาพด้านล่าง โดยในภาพได้แสดงถึงโครงสร้างองค์กร Chain of Command จำนวนบุคลากรในแต่ละตำแหน่ง พร้อมบทบาทหน้าที่และรายได้แต่ละเดือน



ภาพที่ 2.1 โครงสร้างองค์กร

## 2.3 คุณสมบัติของบุคลากรในบริษัท

### เจ้าหน้าที่กราฟฟิก

- ปริญญาตรี สาขาการตลาด คอมพิวเตอร์กราฟฟิก ดิจิตอลอาร์ต, สาขาออกแบบ หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
- มีประสบการณ์อย่างน้อย 1-2 ปีออกแบบกราฟฟิก
- มีทักษะการออกแบบ โดยใช้ Program Design-Photoshop
- มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ละเอียดรอบคอบ เข้าใจถึงผลงานทางด้านศิลปะ
- ประสานงานได้ดี มีทักษะในการสนทนา อธิบายคดี

### Platform Developer

- จบปริญญาตรีในสาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์หรือวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
- เป็น Full Stack Developer
- มีความรู้ในการออกแบบ และพัฒนาแพลตฟอร์ม
- มีประสบการณ์ในการพัฒนาที่มีการเชื่อมต่อกับ Social Network API เช่น Facebook, Instagram, Pinterest
- มีประสบการณ์ในการพัฒนาอย่างน้อย 2 ปี
- ประสานงานได้ดี มีทักษะในการสนทนา อธิบายคดี

### พนักงานติดต่อและประสานงาน

- วุฒิการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป
- สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
- สามารถพูด อ่าน เขียน ฟัง ภาษาอังกฤษได้ดี
- มีมนุษยสัมพันธ์ดี ไหวพริบดี มีความอดทนสูง
- สามารถใช้คอมพิวเตอร์ Word , Excel ได้ดี

### พนักงานฝ่ายผลิตพิมพ์ภาพ

- เพศชาย
- วุฒิการศึกษา ม.3 ขึ้นไป
- ขยัน, อดทน, มีความมุ่งมั่นและตั้งใจทำงาน
- มีความรู้ความสามารถเบื้องต้นในการพิมพ์ภาพ

### พนักงานฝ่ายผลิตกรอบรูป

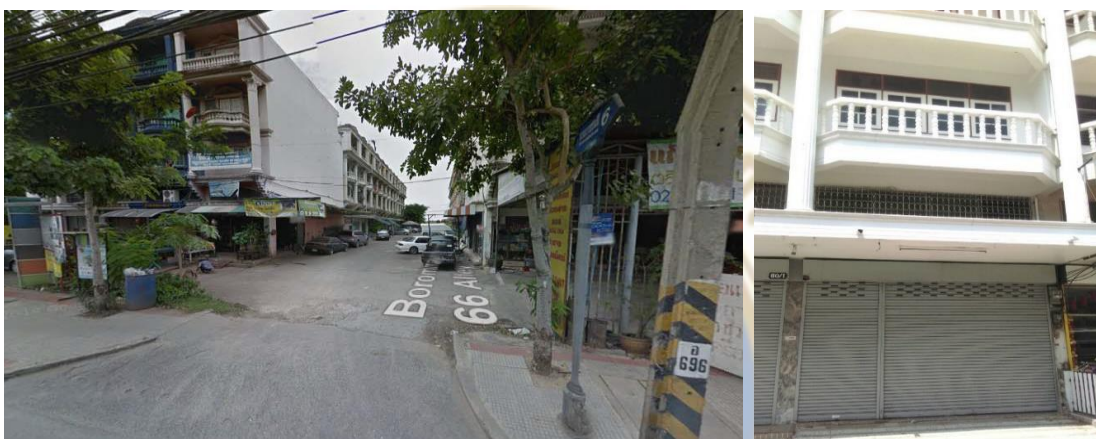
- เพศชาย
- วุฒิกการศึกษา ม.3 ขึ้นไป
- ใฝ่ใจรายละเอียดงาน ชยัน อดทน
- มีความสามารถด้านการใช้อุปกรณ์ในการผลิตกรอบรูป



## บทที่ 3

### แผนการปฏิบัติการในการจัดตั้งธุรกิจ

#### 3.1 ทำเลที่ตั้ง



ภาพที่ 3.1 ทำเลที่ตั้ง

ARTORY เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ให้บริการบนระบบอินเทอร์เน็ต ในส่วนการส่งภาพของศิลปิน ส่วนการสั่งซื้อของลูกค้า และการผลิตในการพิมพ์ภาพ จึงจำเป็นต้องสำนักงานที่เป็นออฟฟิศในการพัฒนาแพลตฟอร์ม ติดต่อกับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และสามารถวางเครื่องมือในการผลิต จึงต้องเลือกทำเลที่เหมาะสมกับการทำงานทั้งสองส่วน อีกทั้งต้องคำนึงความสะดวกในการคมนาคมขนส่งและเดินทาง สามารถตอบโจทย์จำนวนพนักงานและการเติบโตในอนาคต

ดังนั้น ARTORY จึงเลือกใช้อาคารพาณิชย์ในการตั้งเป็นสำนักงานและการผลิต โดยทำเลอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเลือกเช่าอาคารพาณิชย์เลขที่ 38 แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร เป็นอาคาร 4 ชั้น มีพื้นที่ใช้สอยรวมประมาณ 240 ตร.ม. (ชั้นละ 60 ตร.ม.) ตัวอาคารติดกับถนนบรมราชชนนี ซึ่งเป็นถนนสายหลักที่สามารถเดินทางได้สะดวก

### 3.2 การวางแผนด้านกำลังการผลิต

กระบวนการผลิตจะใช้เครื่องพิมพ์เฉพาะทางในการพิมพ์เพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพมากที่สุด โดยเครื่องที่ใช้เป็นเครื่องของ EPSON รุ่น Stylus Pro 7900 ซึ่งเป็นเครื่องพิมพ์ที่เหมาะสมกับการพิมพ์วัสดุแกนवास เครื่องมีความสามารถทางการพิมพ์ 387 ตร.ซม.ต่อ 1 นาที โดยภาพขนาด 40 x 60 ซม. จะใช้เวลาในการพิมพ์ 6.4 นาที และขนาด 60 x 90 ซม. จะใช้เวลา 14.4 นาที โดยเครื่องพิมพ์มีทั้งหมด 2 เครื่อง เปิดใช้งานวันละ 8 ชม. รวมเป็น 16 ชั่วโมงต่อวัน หรือ 960 นาที

ตาราง 3.1 กำลังการผลิตเทียบต่อนาที

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำลังการผลิตต่อวัน	960 นาที	960 นาที	960 นาที	960 นาที	960 นาที
ผลิตขนาด 40*60	46.06 นาที	92.11 นาที	138.17 นาที	184.23 นาที	230.28 นาที
ผลิตขนาด 60*90	103.63 นาที	207.26 นาที	310.88 นาที	414.51 นาที	518.14 นาที
เหลือกำลังการผลิต	810.31 นาที	660.63 นาที	510.94 นาที	361.26 นาที	211.57 นาที

โดยถ้านำมาคิดเป็นเวลาผลิตเฉลี่ยต่อชิ้นจะได้ที่ 10.4 นาที  $((14.4+6.4)/2)$  จะพบว่าได้กำลังการผลิตเต็มที่ต่อวันที่ 92 ชิ้น หรือ 33,580 ชิ้นต่อปี ซึ่งมีรายละเอียดการผลิตดังนี้

ตาราง 3.2 กำลังการผลิตเทียบต่อชิ้น

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำลังการผลิตเต็มที่ต่อวัน	92 ชิ้น	92 ชิ้น	92 ชิ้น	92 ชิ้น	92 ชิ้น
ขนาด 40*60	7 ชิ้น	14 ชิ้น	21 ชิ้น	28 ชิ้น	36 ชิ้น
ขนาด 60*90	7 ชิ้น	14 ชิ้น	21 ชิ้น	28 ชิ้น	36 ชิ้น
เหลือกำลังการผลิต	78 ชิ้น	64 ชิ้น	50 ชิ้น	36 ชิ้น	20 ชิ้น

### 3.3 การคาดการณ์จำนวนการผลิตและค่าคอมมิชชั่นของศิลปินแต่ละระดับ

ตาราง 3.3 การคาดการณ์จำนวนศิลปินแต่ละระดับ

ระดับศิลปิน	จำนวนที่ขายได้(ชิ้น)	คอมมิชชั่น	สัดส่วนศิลปินในแต่ละระดับ(%)	จำนวนศิลปินแต่ละระดับในปีแรก
Beginner	1 – 10	100 ฿	30%	45
Intermediate	10 – 20	120 ฿	30%	45
Advance	20+	150 ฿	25%	37
Expert	>10 /Month	170 ฿	10%	15
Master	>20 / Month	200 ฿	5%	8
รวม			100%	150

\*คาดการณ์ศิลปินในปีแรก 150 คน

ARTORY มีการแบ่งระดับศิลปินเป็น 5 ระดับ ดังนี้ Beginner Intermediate Advance Expert และ Master โดยแบ่งประเภทตามจำนวนผลงานที่ขายได้ ซึ่งมีการคาดการณ์สัดส่วนศิลปินแต่ละประเภทตามตาราง 5.4 โดยคาดการณ์สัดส่วนศิลปินในแต่ละระดับ ดังนี้ Beginner 30% Intermediate 30% Advance 25% Expert 10% และ Master 5%



ตาราง 3.4 การคาดการณ์จำนวนผลงานของศิลปินที่ขายได้แต่ละระดับ

Artist	จำนวนผลงานของศิลปินที่ขายได้แต่ละระดับในปีแรก(ชิ้น)	ค่าคอมมิชชั่นรวมของศิลปินแต่ละระดับ(จำนวน*คอมมิชชั่น)	รายได้ค่าคอมมิชชั่นของศิลปินแต่ละระดับ (%)
Beginner	344	34,400	3.8%
Intermediate	450	54,000	6%
Advance	740	111,000	12.4%
Expert	1,800	306,000	34%
Master	1,920	384,000	43%
รวม	5,254	889,400	100%

ในส่วนของจำนวนผลงานของศิลปินที่ขายได้แต่ละระดับและค่าคอมมิชชั่นนั้นส่วนใหญ่มักจะอยู่ในระดับของ Expert และ Master เป็นส่วนใหญ่ โดยมีระดับค่าคอมมิชชั่นที่ 34% และ 43% ตามลำดับ ซึ่งเมื่อนำมาคิดค่าเฉลี่ยค่าคอมมิชชั่นต่อจำนวนผลงานของศิลปินคือ 169.28 บาท

### 3.4 กระบวนการดำเนินงาน



ภาพที่ 3.2 กระบวนการดำเนินงาน

### 3.4.1 ศิลปินวาดภาพและส่งเข้าแพลตฟอร์ม

- สมัครเข้าแพลตฟอร์ม ARTORY ผ่านทางหน้าเว็บไซต์
- ศิลปินนำรูปที่เป็นไฟล์ดิจิทัลอัปโหลดผ่านจาก User ของตนเองแล้วกดส่งให้

ตรวจสอบ

### 3.4.2 ARTORY ตรวจสอบรูปที่ส่งมาจากศิลปิน

กระบวนการตรวจสอบรูปของ ARTORY นั้นแบ่งเป็น 2 ด้านด้วยกัน คือ ด้านขนาดของภาพ และคุณภาพของภาพ

1. ด้านขนาดของภาพ ไฟล์ภาพที่ส่งมานั้นต้องมีขนาดที่ได้มาตรฐาน เมื่อนำมาพิมพ์แล้วภาพต้องไม่แตก ซึ่งขนาดขั้นต่ำที่กำหนดไว้คือ 12,000\*12,000 pixel

2. ด้านคุณภาพของภาพ ทาง ARTORY มีทีมงานซึ่งจะเป็นผู้คัดกรองภาพที่ศิลปินส่งเข้ามา โดยการคัดกรองนั้นจะคัดกรองจากทางคณาจารย์และศิลปินที่ ARTORY ได้มีการติดต่อเอาไว้

### 3.4.3 ARTORY นำรูปศิลปินที่ผ่านการคัดกรองลงแพลตฟอร์ม

- ศิลปินจะได้รับการแจ้งเตือนผ่านทางเว็บไซต์ และ E-mail ว่ามีการนำรูปลงผ่านแพลตฟอร์มแล้ว

### 3.4.4 ลูกค้าเลือกซื้อรูปและชำระเงินจากแพลตฟอร์ม

- การเลือกซื้อรูปนั้นลูกค้าสามารถเลือกรูป ขนาด กรอบรูป ตามความพอใจ โดยราคาก็จะเปลี่ยนไปตามประเภทที่เลือก
- การชำระเงินนั้นจะมีให้ลูกค้าเลือกชำระผ่านทาง ธนาคาร, PayPal และบัตรเครดิตหรือเดบิต

### 3.4.5 ลูกค้าสั่งซื้อภาพจากแพลตฟอร์ม

- การส่งคำสั่งผลิตภาพนั้นจะเป็นแบบ Real-time หลังจากที่ลูกค้าชำระเงินเรียบร้อยแล้วผ่านทางแพลตฟอร์ม

### 3.4.6 ตรวจสอบคำสั่งซื้อ

- ARTORY ส่งระบบ E-mail ตอบกลับอัตโนมัติ ยืนยันว่าได้รับคำสั่งซื้อ พร้อมระบุวันจัดส่ง

### 3.4.7 ARTORY พิมพ์ภาพตามคำสั่งซื้อ

- ในการพิมพ์ภาพนั้น โดยเฉลี่ยภาพขนาด 40 x 60 ซม. ใช้เวลาในการพิมพ์ 6.4 นาที ภาพขนาด 60 x 90 ซม. ใช้เวลา 14.4 นาที

### 3.4.8 ARTORY ส่งภาพให้ลูกค้า

- ARTORY ทำการจัดส่งภาพให้ลูกค้าผ่านทางไปรษณีย์ โดยก่อนการจัดส่งนั้น ARTORY จะมีการให้พนักงานตรวจสอบเช็คคุณภาพก่อนการจัดส่ง ซึ่งการจัดส่งนั้นจะส่งสินค้าผ่านทางไปรษณีย์ในช่วงเที่ยงของทุกวัน

### 3.4.9 ลูกค้ารับรูปภาพ

- ลูกค้ารับรูปภาพผ่านทางไปรษณีย์ที่จัดส่งไป ซึ่งการจัดส่งจะใช้เวลาไม่เกิน 3 วันถ้าเป็น EMS และ 7 วันถ้าเป็นไปรษณีย์ลงทะเบียน โดยขึ้นอยู่กับพื้นที่ที่จัดส่ง

## บทที่ 4

### สมมติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน

#### 4.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน

ARTORY มีแผนในการขยายฐานลูกค้า เพิ่มกำลังการผลิตและบริการ เพื่อตอบสนองต่อส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นในอนาคต โดยใช้เงินลงทุนเริ่มต้นมาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมดจำนวน 1,560,500 บาท ไม่มีการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน ซึ่งจำนวนเงินส่วนใหญ่จะลงทุนในเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ ที่ต้องมีการลงทุนเครื่องพิมพ์ รวมทั้งในส่วนของเงินทุนหมุนเวียน เพราะต้องมีการซื้อสินค้าสำหรับการผลิต เช่น กรอบรูป ผ้าแคนวาส โดยในปีต่อไปสามารถใช้จ่ายเงินจากกำไรสะสมมาดำเนินธุรกิจต่อไปได้

ตารางที่ 4.1 การใช้ไปของเงินลงทุนในโครงการ

หน่วย : บาท

เงินลงทุนในโครงการ	เงินลงทุน
เครื่องมือพัฒนาแพลตฟอร์ม	113,700
เครื่องมือการผลิต	629,000
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์สำนักงาน	27,800
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	290,000
เงินทุนหมุนเวียน	500,000
<b>รวม</b>	<b>1,560,500</b>

ตาราง 4.2 การใช้ไปของเงินลงทุนในโครงการส่วนเครื่องมือพัฒนาแพลตฟอร์ม หน่วย : บาท

เครื่องมือพัฒนาแพลตฟอร์ม	จำนวน	ราคา/หน่วย	รวม
Notebook ASUS K401LB-FA013D	1	23,990	23,990
MacBook Pro 2.7GHz 128 GB	1	49,990	49,990
Asus Zenfone 2	1	8,900	8,900
iPhone 6	1	22,900	22,900
Samsung J1	1	3,900	3,900
External HDD 3TB	1	4,020	4,020
<b>รวม</b>			<b>113,700</b>

ตาราง 4.3 การใช้ไปของเงินลงทุนในโครงการส่วนเครื่องมือการผลิต หน่วย : บาท

เครื่องมือการผลิต	จำนวน	ราคา/หน่วย	รวม
เครื่องพิมพ์ผ้าแคนวาส Epson	2	290,000	580,000
เครื่องตัดไม้ONGSAไฟฟ้ามือโยก (กิโยติน)	1	20,000	20,000
เครื่องยิงมุมกรอบรูปและเฟอร์นิเจอร์แบบใช้ลม	1	20,000	20,000
ปืนยิงลิ่มใช้ลม	1	3,000	3,000
เครื่องเคลือบหน้ารูปขนาดกลาง	1	5,000	5,000
อุปกรณ์อื่นๆ เช่น คัทเตอร์ ไขควง หนูแขวน กาวร้อน	1	1,000	1,000
<b>รวม</b>			<b>629,000</b>

ตาราง 4.4 การใช้ไปของเงินลงทุนในโครงการส่วนอุปกรณ์สำนักงาน

หน่วย : บาท

เครื่องมือเครื่องใช้ และอุปกรณ์สำนักงาน	จำนวน	ราคา/หน่วย	รวม
Printer Epson L220	1	3,500	3,500
ชุดโต๊ะและเก้าอี้สำนักงาน	1	17,400	17,400
Router TP link w8970	1	1,900	1,900
เครื่องมือเครื่องใช้สำนักงานอื่นๆ เช่น แฟ้มเอกสาร กรรไกร กระดาษ	1	5,000	5,000
<b>รวม</b>			<b>27,800</b>

ตาราง 4.5 การใช้ไปของเงินลงทุนในโครงการส่วนค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน

หน่วย : บาท

ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	ราคา
ค่าออกแบบสถานที่	10,000
ค่ารับเหมาตกแต่งสถานที่	280,000
<b>รวม</b>	<b>290,000</b>

#### 4.2 การประมาณการรายได้

รายได้จากการขายนั้นจะมาจากการขายภาพแคนวาสติดผนังผ่านทางแพลตฟอร์มด้วยกัน โดยแบ่งเป็น 2 ขนาด ซึ่งแต่ละขนาดจะมีรายได้ดังนี้

ตาราง 4.6 แสดงปริมาณการขาย ตามประมาณการยอดขาย(ชิ้น/ปี)

หน่วย : ชิ้น

ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ภาพแคนวาส [ขนาด40*60cm]	2,476	4,952	7,428	9,904	12,380
ภาพแคนวาส [ขนาด60*90cm]	2,476	4,952	7,428	9,904	12,380
<b>รวม</b>	<b>4,952</b>	<b>9,904</b>	<b>14,855</b>	<b>19,807</b>	<b>24,759</b>

ตาราง 4.7 แสดงราคาขายตามขนาดสินค้า

หน่วย : บาท

ชื่อสินค้า	ราคา
ภาพแคนวาส [ขนาด40*60cm]	999
ภาพแคนวาส [ขนาด60*90cm]	1,399

ตาราง 4.8 ประมาณการรายได้ต่อปี

หน่วย : บาท

ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ภาพแคนวาส [ขนาด40*60cm]	2,473,424	4,946,848	7,420,272	9,893,696	12,367,121
ภาพแคนวาส [ขนาด60*90cm]	3,463,784	6,927,568	10,391,352	13,855,136	17,318,921
<b>รวม</b>	<b>5,937,208</b>	<b>11,874,416</b>	<b>17,811,625</b>	<b>23,748,833</b>	<b>29,686,041</b>

ARTORY ประมาณการรายได้ต่อปีจากปริมาณและราคาขายของภาพแคนวาสที่ขายได้ในแต่ละปี โดยประมาณการรายได้เติบโต 100% ในแต่ละปีเมื่อเทียบกับปีแรก

#### 4.3 การประมาณการต้นทุน

##### 4.3.1 ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

ต้นทุนผันแปรต่อหน่วยจะมาจากต้นทุน 3 อย่างด้วยกัน คือ

1. ผ้าแคนวาสและค่าพิมพ์ภาพ ซึ่งมีต้นทุนที่ 400 บาทต่อ 1 ตารางเมตร
2. ไม้จอยส์ทุเรียนสำหรับทำกรอบลอย ซึ่งมีต้นทุน 24 บาท ต่อ 2.5 เมตร
3. ค่าคอมมิชชั่นของศิลปิน โดยประมาณการต้นทุนค่าคอมมิชชั่นของศิลปินจาก

ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักที่ 170 บาท

ตาราง 4.9 ต้นทุนภาพแคนวาส [ขนาด40\*60cm]

หน่วย : บาท

ผ้าแคนวาสและค่าพิมพ์ภาพ	96
ไม้จอยส์ทุเรียนสำหรับทำกรอบลอย	20
ค่าคอมมิชชั่นศิลปิน	170
<b>รวม</b>	<b>286</b>

ตาราง 4.10 ต้นทุนภาพแคนวาส [ขนาด60\*90cm]

หน่วย : บาท

ผ้าแคนวาสและค่าพิมพ์ภาพ	216
ไม้จอยส์ทุเรียนสำหรับทำกรอบลอย	30
ค่าคอมมิชชั่นศิลปิน	170
<b>รวม</b>	<b>416</b>

#### 4.3.2 ต้นทุนคงที่

ต้นทุนคงที่คำนวณจากค่าใช้จ่าย 4 ด้าน ประกอบด้วย

1. เงินเดือนแรงงานในการผลิต พัฒนา และให้บริการ โดยมีการเพิ่มขึ้นตามจำนวนการผลิตที่เหมาะสม และมีอัตราการเพิ่มเงินเดือนที่ 6% ต่อปี
2. เงินเดือนแรงงานในการขายและบริหาร เป็นเงินเดือนของผู้บริหารทั้ง 3 คน โดยในปีแรกมีการทำข้อตกลงว่าจะไม่รับเงินเดือน และมีอัตราการเพิ่มเงินเดือนที่ 6% ต่อปี
3. ค่าเสียหายในการผลิต มีการเพิ่มค่าเช่าที่ 10% ในทุกปี และเพิ่มค่าน้ำค่าไฟปีละ 30% ในทุกปี
4. ค่าใช้จ่ายทางการตลาด มีการใช้เงินประชาสัมพันธ์ผ่านทางโฆษณาออนไลน์มากที่สุด รวมทั้งการออกบูธและจัดกิจกรรมทางมหาวิทยาลัย



ตาราง 4.11 เงินเดือนแรงงานในการผลิต พัฒนา และให้บริการ

หน่วย : บาท

เงินเดือน บาท/เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
9000	เจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตดูแล การพิมพ์งาน	1	1	2	2	2
15000	เจ้าหน้าที่กราฟฟิก	1	1	2	2	2
18000	Platform Developer	-	1	2	2	2
15000	Customer Service	-	1	2	2	2
9000	เจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตดูแล การทำกรอบรูป	2	2	3	3	3
	ค่าแรงในการผลิต	504,000	763,200	1,496,635	1,586,433	1,681,619

ตาราง 4.12 เงินเดือนแรงงานในการขายและบริหาร

หน่วย : บาท

เงินเดือน บาท/ เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
25000	Platform Development Manager	-	1	1	1	1
25000	Platform Service Manager	-	1	1	1	1
25000	Marketing Manager	-	1	1	1	1
	ค่าแรงในการขายและบริหาร	-	900,000	954,000	1,011,240	1,071,914

ตาราง 4.13 ค่าใช้จ่ายในการผลิต (ต่อปี)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าเดินทาง	60,000	90,000	120,000	120,000	120,000
ค่าโทรศัพท์ออฟฟิศและ โทรศัพท์เคลื่อนที่	24,000	36,000	48,000	60,000	72,000
โดเมน+เซิร์ฟเวอร์	20,000	20,000	25,000	25,000	30,000
ค่าเช่าที่	120,000	132,000	145,200	159,720	175,692
อินเทอร์เน็ต	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400
ค่าน้ำค่าไฟ	36,000	46,800	57,600	68,400	79,200
รวม	268,400	333,200	404,200	441,520	485,292

ตาราง 4.14 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ต่อปี)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การโฆษณาออนไลน์ (Facebook & Google)	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
การจัดกิจกรรมและ ประชาสัมพันธ์ใน มหาวิทยาลัย	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
การโฆษณาออนไลน์ (Website)	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
การออกบูท ประชาสัมพันธ์	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000
การส่งเสริมการขาย Code ส่วนลด	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
รวม	2,200,000	2,200,000	2,200,000	2,200,000	2,200,000

#### 4.4 การคำนวณเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ

ตาราง 4.15 การคำนวณเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ

สต็อกวัตถุดิบ	1.00	เดือน	หน่วย : บาท		
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สต็อกวัตถุดิบ	154,539	309,078	463,617	618,156	772,695
สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น	154,539	154,539	154,539	154,539	154,539

ARTORY มีการสต็อกวัตถุดิบในแต่ละเดือนในส่วนของผ้าแคนวาส หมักพิมพ์ ไม้จอยส์ทุเรียนสำหรับทำกรอบลอยเป็นหลัก โดยไม่มีลูกหนี้การค้าเนื่องจากการสั่งสินค้าทางออนไลน์ที่มีการตัดเงินชำระค่าสินค้าทันที รวมทั้งไม่มีเจ้าหนี้การค้าเนื่องจากการจ่ายเงินสดในการซื้อสินค้าทั้งหมด และไม่มีสต็อกสินค้าสำเร็จรูป เนื่องจากการสั่งผ่านออนไลน์ที่มีการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า

#### 4.5 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตาราง 4.16 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
<b>ยอดขาย</b>	5,937,208	11,874,416	17,811,625	23,748,833	29,686,041
<b>ต้นทุนขาย</b>					
- วัตถุดิบ	1,738,082	3,476,164	5,214,245	6,952,327	8,690,409
- แรงงานในการผลิต	504,000	763,200	1,496,635	1,586,433	1,681,619
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	74,270	74,270	74,270	74,270	74,270
- ค่าเสียหายในการผลิต	268,400	333,200	404,200	441,520	485,292
<b>รวมต้นทุนขาย</b>	<b>2,584,752</b>	<b>4,646,834</b>	<b>7,189,351</b>	<b>9,054,551</b>	<b>10,931,590</b>
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>3,352,456</b>	<b>7,227,583</b>	<b>10,622,274</b>	<b>14,694,282</b>	<b>18,754,451</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>					
- แรงงานในการขายและบริหาร	-	900,000	954,000	1,011,240	1,071,914
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	63,560	63,560	63,560	63,560	63,560
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	2,200,000	2,200,000	2,200,000	2,200,000	2,200,000
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	-	-	-	-	-
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>	<b>2,263,560</b>	<b>3,163,560</b>	<b>3,217,560</b>	<b>3,274,800</b>	<b>3,335,474</b>
<b>กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้</b>	<b>1,088,896</b>	<b>4,064,023</b>	<b>7,404,714</b>	<b>11,419,482</b>	<b>15,418,976</b>
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
<b>กำไรก่อนหักภาษีเงินได้</b>	<b>1,088,896</b>	<b>4,064,023</b>	<b>7,404,714</b>	<b>11,419,482</b>	<b>15,418,976</b>
ภาษีเงินได้	217,779	812,805	1,480,943	2,283,896	3,083,795
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>871,117</b>	<b>3,251,218</b>	<b>5,923,771</b>	<b>9,135,586</b>	<b>12,335,181</b>

## 4.6 ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตาราง 4.17 ประมาณการงบกระแสเงินสด

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>แหล่งที่มาของเงินลงทุน</b>					
- เงินลงทุน	1,560,500	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	-	-	-	-	-
- ยอดขาย	5,937,208	11,874,416	17,811,625	23,748,833	29,686,041
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
<b>รวมแหล่งที่มา</b>	<b>7,497,708</b>	<b>11,874,416</b>	<b>17,811,625</b>	<b>23,748,833</b>	<b>29,686,041</b>
<b>แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน</b>					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	1,060,500	-	-	-	-
- ต้นทุนขาย - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	2,510,482	4,572,564	7,115,081	8,980,281	10,857,320
- ค่าใช้จ่ายในการขายฯ - ไม่รวมค่าเสื่อม	2,200,000	3,100,000	3,154,000	3,211,240	3,271,914
- ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
- ภาษีเงินได้	217,779	812,805	1,480,943	2,283,896	3,083,795
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
- สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น	144,840	144,840	144,840	144,840	144,840
- ชำระคืนเงินกู้	-	-	-	-	-
<b>รวมแหล่งที่ใช้ไป</b>	<b>6,133,601</b>	<b>8,630,208</b>	<b>11,894,864</b>	<b>14,620,257</b>	<b>17,357,870</b>
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	1,364,107	4,608,315	10,525,076	19,653,652
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด	1,364,107	3,244,208	5,916,761	9,128,576	12,328,171
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	1,364,107	4,608,315	10,525,076	19,653,652	31,981,823

## 4.7 ประมาณการงบดุล

ตาราง 4.18 ประมาณการงบดุล

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>สินทรัพย์</b>					
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	1,364,107	4,608,315	10,525,076	19,653,652	31,981,823
- ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	-	-	-	-	-
- สต็อกวัตถุดิบ	144,840	289,680	434,520	579,361	724,201
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,508,947	4,897,995	10,959,597	20,233,012	32,706,023
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>					
- ที่ดินและการปรับปรุง	-	-	-	-	-
- สิ่งปลูกสร้าง	-	-	-	-	-
- เครื่องจักรอุปกรณ์	742,700	742,700	742,700	742,700	742,700
- ยานพาหนะ	-	-	-	-	-
- อุปกรณ์สำนักงาน	27,800	27,800	27,800	27,800	27,800
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	290,000	290,000	290,000	290,000	290,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	1,060,500	1,060,500	1,060,500	1,060,500	1,060,500
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	137,830	275,660	413,490	551,320	689,150
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	922,670	784,840	647,010	509,180	371,350
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>2,431,617</b>	<b>5,682,835</b>	<b>11,606,607</b>	<b>20,742,192</b>	<b>33,077,373</b>
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>					
- เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-
<b>หนี้สินระยะยาว</b>	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-	-	-
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
- เงินลงทุน	1,560,500	1,560,500	1,560,500	1,560,500	1,560,500
- กำไรสะสม	871,117	4,122,335	10,046,107	19,181,692	31,516,873
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,431,617	5,682,835	11,606,607	20,742,192	33,077,373
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>2,431,617</b>	<b>5,682,835</b>	<b>11,606,607</b>	<b>20,742,192</b>	<b>33,077,373</b>

#### 4.8 การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนและจุดคุ้มทุน

ARTORY คำนวณมูลค่าและผลตอบแทนจากการลงทุน โดยใช้วิธีการคำนวณจากกระแสเงินสดที่ได้จากการประมาณการ ซึ่งใช้การพิจารณาจากเครื่องมือการประเมินโครงการดังนี้

##### 4.8.1 มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV)

โดยคำนวณจากอัตราดอกเบี้ยที่คาดหวัง 10% ในระยะเวลา 5 ปี มีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 18,900,353 บาท

##### 4.8.2 อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR)

มีอัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) ที่ 158.75%

##### 4.8.3 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ใช้ระยะเวลาคืนทุน(Payback Period) 1.79 ปี

##### 4.8.4 จุดคุ้มทุน (Break Even Point)

รายได้ขั้นต่ำในปีแรกที่ 4,202,721 บาท

จำนวนหน่วยผลิตขั้นต่ำในปีแรก 3,506 ชิ้น หรือ 9.6 ชิ้นต่อวัน

## บทที่ 5

### บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน

ARTORY ก่อตั้งขึ้นจากการเห็นโอกาสทางธุรกิจ โดยเริ่มจากทางด้านศิลปินรุ่นเล็กที่มีปัญหาเรื่องช่องทางในการกระจายผลงาน ลักษณะบุคลิกที่เป็นอุปสรรคในการนำเสนอผลงาน รวมทั้งในเรื่องของรายได้ที่ยังน้อยอยู่ ประกอบกับทางด้านลูกค้าที่มีปัญหาเรื่องความต้องการงานศิลปะที่มีสไตล์ของภาพที่ไม่ตรงกับความต้องการ ราคารูปภาพจริงมีราคาค่อนข้างแพง และช่องทางในการซื้อก็ยังคงจำกัดอยู่ ARTORY จึงเกิดแนวคิดธุรกิจที่จะเป็นช่องทางเชื่อมต่อระหว่างศิลปินและลูกค้าได้ โดยช่องทางแบบทั่วไปนั้นศิลปินและลูกค้าจะมีการขายงานผ่านแกลเลอรีซึ่งเป็นช่องทางที่ค่อนข้างจำกัด รวมทั้งในด้านของสินค้าที่แต่เดิมศิลปินสามารถขายภาพได้เพียงครั้งเดียว ซึ่งมีราคาค่อนข้างแพงต้องใช้ระยะเวลาในการขาย ARTORY จึงนำเสนอวิธีการ Giclee Printing หรือการผลิตชิ้นใหม่ขึ้นมา ซึ่งทำให้ศิลปินสามารถขายภาพภาพเดิมได้หลายครั้ง และลิขสิทธิ์ก็ยังเป็นของศิลปินอยู่ โดย ARTORY มีการดูแลแนวโน้มที่ส่งผลโดยตรงกับแพลตฟอร์มทั้งทางด้านตลาด E-commerce ที่คาดการณ์จาก Statista ว่าจะมีอัตราการเติบโต 23% ในปี 2559 และตลาดบ้านและคอนโดที่ยังคงเป็นตลาดที่มีศักยภาพอยู่

ในด้านการลงทุน ARTORY ใช้เงินลงทุนทั้งหมดจากผู้ถือหุ้นทั้ง 3 คน จำนวน 1,560,500 บาท ซึ่งมีการลงทุนในเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ ที่ต้องมีการลงทุนเครื่องพิมพ์มากที่สุด โดยใช้เครื่องพิมพ์จำนวน 2 เครื่อง มีจำนวนการผลิตสูงสุดที่ 92 ชิ้นต่อวัน มีเครื่องมือการผลิตกรอบรูป เครื่องมือพัฒนาแพลตฟอร์ม รวมทั้งค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงานที่ใช้ในการตกแต่งสถานที่และเงินทุนหมุนเวียน ในเรื่องการสต็อกวัตถุดิบในแต่ละเดือนนั้นจะมีการสต็อกในส่วนของ ฟ้าแคนวาส หมึกพิมพ์ ไม้จอยส์ทุเรียนสำหรับทำกรอบลอยเป็นหลัก ซึ่งต้องมีการจัดการให้เหมาะสมเพื่อไม่ให้เกิดการสต็อกสินค้ามากเกินไป โดย ARTORY จะไม่มีลูกหนี้การค้าและไม่มีสต็อกสินค้าสำเร็จรูป เนื่องจากเป็นการสั่งผ่านออนไลน์ที่มีการจ่ายเงินชำระค่าสินค้าทันทีและผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า



จากการศึกษาสรุปได้ว่าแผนธุรกิจนี้ควรลงทุน เนื่องจากโอกาสทางธุรกิจที่มาจากความต้องการและช่วยแก้ปัญหาของศิลปินและลูกค้า โดยมีการศึกษาทำแบบสอบถามเชิงลึกเพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าและศิลปิน รวมทั้งขนาดตลาด E-commerce และตลาดบ้านและคอนโดที่เอื้ออำนวยในการขยายกิจการ โดยในปีแรกคาดการณ์รายได้ที่ 5,937,208 บาท มีกำไรสุทธิ 871,117 บาท ในระยะเวลา 5 ปี มีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 18,900,353 บาท มีอัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) ที่ 158.75% ใช้ระยะเวลาคืนทุน(Payback Period) 1.79 ปี ซึ่งจากการประเมินด้วยปัจจัยที่กล่าวมาทั้งหมดแผนธุรกิจนี้จึงน่าลงทุนอย่างยิ่ง



## บรรณานุกรม

เนชั่นทีวี. (2558). คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มวันละ 8.3 ชั่วโมง. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.nationtv.tv/main/content/economy-business/378466916/> (วันที่เข้าถึงข้อมูล:  
29 พฤษภาคม 2559).

สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย)(2557).DAAT เผยข้อมูลตัวเลขผู้ใช้โทรศัพท์มือถือทั่วประเทศ  
ของไตรมาส 2 ประจำปี 2557.เข้าถึงได้จาก :

<http://www.daat.in.th/index.php/daat-mobile/#sthash.xN024Bwz.dpuf> (วันที่เข้าถึงข้อมูล:  
29 พฤษภาคม 2559).

มาร์เก็ตเทียร์.(2559). มูลค่าตลาดเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน.เข้าถึงได้จาก:

<http://marketeer.co.th/2016/01/furniture-dec-mar-0116/> (วันที่เข้าถึงข้อมูล: 29 พฤษภาคม  
2559).

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2558). ข้อมูลที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนใหม่ในเขตกรุงเทพฯ –  
ปริมาณทล ปี 2558. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.reic.or.th/> (วันที่เข้าถึงข้อมูล: 13 พฤษภาคม 2559).

ศูนย์สร้างสร้งงานออกแบบ.(2559). บริการของ TCDC. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.tcdc.or.th/about/our-service/>(วันที่เข้าถึงข้อมูล: 29 พฤษภาคม 2559).



**ภาคผนวก ก**  
**สถาบันการศึกษาที่สอนศิลปะ**

**สถานศึกษาของภาครัฐที่เปิดสอนด้านจิตรศิลป์ (Fine art) ได้แก่**

1. คณะจิตรกรรมประติมากรรมและภาพพิมพ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
  2. คณะมัณฑนศิลป์ ภาควิชาประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
  3. คณะศิลปกรรมศาสตร์ ภาควิชาทัศนศิลป์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
  4. คณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาวิชาทัศนศิลป์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
  5. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาจิตรศิลป์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
  6. คณะจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
  7. คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
  8. คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
  9. คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
  10. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์(วิทยาลัยเพาะช่าง)
- นอกจากนี้ยังมีมหาวิทยาลัยสถาบันราชภัฏอื่นๆ อีกมากกว่า 10 แห่งทั่วประเทศ

**สถานศึกษาที่เปิดสอนด้านดิจิทัลอาร์ต (Digital Art) ได้แก่**

**มหาวิทยาลัยของรัฐ**

1. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สาขาออกแบบ เอกมัลติมีเดีย มหาวิทยาลัยศิลปากร (ICT)
2. วิทยาลัยศิลปะ สื่อและเทคโนโลยี สาขาแอนิเมชัน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3. วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม เอกการออกแบบสื่อปฏิพันธ์และมัลติมีเดีย มหาวิทยาลัยศิลปากร
4. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
5. หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต(วท.บ.) สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ประยุกต์-มัลติมีเดีย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
6. หลักสูตรศิลปบัณฑิต(สศ.บ.) สาขามัลติมีเดีย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

7. คณะการจัดการอุตสาหกรรม ภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ แขนงเทคโนโลยีมัลติมีเดีย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
8. คณะวิทยาการสารสนเทศ สาขาวิชาสื่ออนูมิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
9. คณะวิทยาศาสตร์ สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและการสร้างภาพเคลื่อนไหว มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
10. สำนักวิชาสารสนเทศศาสตร์ หลักสูตรเทคโนโลยีมัลติมีเดียและแอนิเมชัน มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
11. คณะวิทยาศาสตร์ สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
12. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
13. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เอกแอนิเมชันและมัลติมีเดีย มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
14. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและแอนิเมชัน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
15. คณะวิทยาการจัดการสาขาภาพเคลื่อนไหวและสื่อผสม
16. คณะเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมสาขาออกแบบกราฟฟิกและมัลติมีเดีย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

#### มหาวิทยาลัยเอกชน

1. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและแอนิเมชัน มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
2. คณะมัลติมีเดียและดิจิทัลอาร์ต สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและแอนิเมชัน มหาวิทยาลัยศรีสเคียน
3. คณะวิทยาการและเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและแอนิเมชัน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร
4. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
  - คณะเทคโนโลยีสารสนเทศสาขาการออกแบบเชิงโต้ตอบและการพัฒนาเกม
  - คณะศิลปกรรมศาสตร์สาขาการออกแบบตกแต่งภายในและคอมพิวเตอร์กราฟิก
  - คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์แอนิเมชันและเกม
  - คณะเทคโนโลยีสารสนเทศสาขาคอมพิวเตอร์เกมมัลติมีเดีย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
  - คณะดิจิทัลอาร์ต สาขาคอมพิวเตอร์อาร์ต มหาวิทยาลัยรังสิต

- คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและแอนิเมชัน มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต
  - คณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีปทุม หลักสูตรศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขา ดิจิตอลอาร์ต สาขาการออกแบบกราฟิก
  - คณะวิทยาศาสตร์ สาขาคอมพิวเตอร์แอนิเมชัน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
5. วิทยาลัยนานาชาติ สาขามัลติมีเดียและกราฟิกดีไซน์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
  6. คณะสารสนเทศศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา
  7. สาขาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ กลุ่มวิชาเทคโนโลยีเกมส์และมัลติมีเดีย
  8. สาขาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์อาร์ต )อาร์ตแอนิเมชัน(



**ภาคผนวก ข**  
**บทสัมภาษณ์ BACC**

**สัมภาษณ์ คุณอนิวัฒน์ ทองสีดา เจ้าหน้าที่การศึกษา ฝ่ายการศึกษา BACC (Bangkok Art Culture and Centre) หรือ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร**

**1. รูปแบบโครงสร้างรายได้ของศิลปินไทยเป็นอย่างไร**

ตอบ รายได้มาจาก 3 ส่วน

1.) ซื้องานศิลปะโดยตรง 70% มีช่องทางการขาย 3 แบบ 1.1) ขายผ่านแกลเลอรี โดยหัก 30 -50% แต่ช่วยประชาสัมพันธ์ผลงานให้คนรู้จักแล้วอนาคตจะมีผู้ตามมาซื้อเอง 1.2) ขายผ่าน dealer แต่ไทยยังมี dealer น้อยแกลเลอรีก็ยังมีน้อย ตัวอย่างประเทศสิงคโปร์จะมี dealer ที่คอยหา order ให้ตลอด 1.3) ขายเองโดยตรง

2.) ผลงานที่นำมาผลิตเป็น product เช่น เสื้อ กระเป๋า

3.) ขายลิขสิทธิ์ผลงาน

ซึ่งข้อ 2.) รวมกับข้อ 3.) ได้ประมาณ 30%

**2. ศิลปินมีการประชาสัมพันธ์ผลงานอย่างไร**

ตอบ ถ้าเป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงแล้ว จะมีลูกค้ามาติดต่อเอง แต่หากเป็นศิลปินระดับเริ่มต้นต้องประชาสัมพันธ์ก่อนซึ่งเป็นสิ่งที่ศิลปินยังขาดความสามารถด้านนี้จึงอาศัยช่องทางแกลเลอรีเป็นหลัก ปัจจุบันมีช่องทางเพิ่มเป็น Facebook, Instagram, Twitter ทำให้คนได้เห็น profile และซื้อขายสินค้า

**3. งานศิลปะกับคนไทยเป็นอย่างไร**

ตอบ ในต่างประเทศถูกหล่อหลอมด้วยศิลปวัฒนธรรมแต่ไทยไม่ใช่แบบนั้นประเทศไทยงานศิลปะเป็นของฟุ่มเฟือย ในอดีตงานศิลปะถูกมองว่าสำหรับคนชั้นสูงรับใช้กษัตริย์และศาสนา แต่ปัจจุบันถูกทำให้อยู่ในรูปแบบ pop จากการทำชิ้นงานศิลปะเข้ามาอยู่ในสิ่งต่างๆในชีวิตประจำวันมากขึ้น สำหรับสิงคโปร์ มาแรงด้านความนิยมงานศิลปะมีผลงานคนไทยไปขายเยอะ เนื่องจากการขายภาพในไทยมีชื่อเสียงที่ไทยราคาผลงานไม่คงที่ การตั้งราคาขึ้นกับความพึงพอใจ ซึ่ง

สิงคโปร์การตั้งราคาจะมีเกณฑ์ที่ชัดเจน มี range ที่แน่นอน ขึ้นกับปัจจัยต่างๆ เช่น ชื่อเสียง แสดงงานบ่อยแค่ไหน ประเทศไทยไม่มี art fair มีการจัดประมูลน้อยมาก ในประเทศจีนมีการประมูลเป็นลูกโซ่ ปั่นราคาทำให้ราคาก้าวกระโดดทำให้ราคาดีมาก และรัฐบาลจีนมีการสนับสนุนงานศิลปะเช่น มี 798 artist village รัฐบาลไม่เก็บภาษี, อเมริกามีการพัฒนาพื้นที่เสื่อมโทรมโดยยกให้เป็นพื้นที่ของศิลปะ, สิงคโปร์ มี artist village สำหรับประเทศไทยศิลปินส่วนใหญ่อยู่ที่นครปฐม (เนื่องจากมีมหาวิทยาลัยศิลปากร), เชียงใหม่, ชลบุรี แต่ไม่ได้มีนโยบายรัฐบาลสนับสนุนเป็นพิเศษ

#### 4. ภาพพิมพ์ได้รับความนิยมหรือไม่

ตอบ งานภาพพิมพ์มีมานานแล้ว ความนิยมมีเรื่อยๆ ทั้งศิลปะการพิมพ์ ผิวเรียบ, ร่องลึก, ตะแกรงไหม ซึ่งภาพพิมพ์ราคาไม่ถูก นอกจากนี้มีงานพิมพ์ภาพ canvas พิมพ์ภาพ photo พวก conceptual

#### 5. ศิลปินประสบความสำเร็จกันแค่ไหน

ตอบ ศิลปินประสบความสำเร็จมีเพียง 5% จาก 100 โดยศิลปินแบ่งได้ 2 แบบแรกต้องหาเลี้ยงชีพ และแบบสองแบบมีความเป็นศิลปินมากไม่สนใจเงิน

#### 6. แกลเลอรีช่วยศิลปินอย่างไร คิดเปอร์เซ็นต์รายได้อย่างไร

ตอบ แกลเลอรี ช่วยประชาสัมพันธ์ให้ศิลปินเป็นที่รู้จักได้เยอะ แต่ แกลเลอรี ต้องลงทุนเยอะจึงมีจำนวน แกลเลอรี น้อยเนื่องจากมีค่าใช้จ่ายสูงทั้งค่าน้ำ, ค่าไฟ, ค่า production, เลี้ยงวันเปิดงาน, การเชิญแขก หากจัดที่ BACC จะมี แกลเลอรี ที่ชั้น 7, 8, 9 ในการจัดแต่ละครั้งใช้เงินประมาณ 2 ล้าน เนื่องจากต้องมีค่า director, สิ่งพิมพ์, ค่าติดตั้งต่างๆ ประชาสัมพันธ์ โดย BACC ไม่เน้นการขายงาน เน้นเพื่อการศึกษา แต่หากขายได้หัก 30%

หากเป็น commercial แกลเลอรี ต้องทำสัญญาว่ามีระยะเวลาแน่นอน เช่น 3 ปีห้ามไปทำกับ แกลเลอรี อื่น หากไปขายงานเองก็ต้องหัก % ผลงานด้วย แกลเลอรี เอกชนบางที่ก็หัก 50% เนื่องจาก แกลเลอรี ช่วยดำเนินการให้ทั้งหมดทั้งจัดเลี้ยง เชิญแขก (หากเป็น แกลเลอรี ในต่างประเทศจะมีศิลปินในสังกัดให้เงินเดือน) เวลาเปิดงานจะเชิญนักธุรกิจ แขกที่มีแนวโน้มว่าจะซื้อ เนื่องจากคนรวยจะชอบมีงานศิลปะเพื่อประดับบารมี การขายงานหากได้ 3 แสนก็ดีมากจะสามารถอยู่ไปได้ทั้งปี โดยศิลปินที่ดีต้องวางแผนเพื่อให้อยู่ให้ได้เพราะรายได้ไม่ได้มีตลอด

#### 7. ในไทยมีงาน re-production หรือไม่

ตอบ ภาพมีนำมาวาดเลียนแบบวาดซ้ำ re-production จะไม่เรียกคนวาดว่าศิลปินแต่จะเรียกว่า ช่างเขียน ซึ่งไทยมีปัญหาหนี้เยอะลอกกันไปมา



## 8. ปัจจุบันเป็นยุค social network มีผลกระทบต่อแกลเลอรีอย่างไรบ้าง

ตอบ การมี social network ไม่ส่งผลกระทบต่อแกลเลอรีเพราะศิลปินเดิมนั้นก็ยังคงต้องการแกลเลอรีอยู่ ตัวอย่าง Art Bangkok ก็เป็นตลาดกลางขายแล้วมีการหัก % มีคนมาลงเยอะแต่มีการซื้อขายน้อย

## 9. ศิลปินสามารถแบ่งตามความสามารถได้อย่างไร

ตอบ ศิลปินแบ่งได้ 3 รุ่น

- รุ่นเล็ก ซึ่งต้องการช่องทางสร้างรายได้โดยมีรายได้ต่อปีประมาณ 1-2 แสนบาท
- รุ่นกลาง เป็นศิลปินที่มีการจัดแสดงผลงาน รายได้ต่อปีประมาณ 5 แสนบาท
- รุ่นใหญ่ เป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงจะมีลูกค้ามาหาเอง รายได้ต่อปีประมาณล้านบาทขึ้นไป

ศิลปินที่จะมีรายได้อยู่ได้ต้องมีวินัยมากเพราะทำงานแบบฟรีแลนซ์ต้องจัดเวลาทำงานวาดภาพทุกวัน จึงจะมีรายได้พอใช้ทั้งปี จำนวนศิลปินที่มีในประเทศไทยมีประมาณ 5% ของอาชีพอื่นๆ)คิดเป็นหลักหมื่น (ปัจจุบันมีคณะศิลปกรรมเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีอาจารย์เพิ่มมากขึ้น เมื่อคนเรียนศิลปะเพื่อมากขึ้นจึงมีศิลปินเพิ่มมากขึ้น ประมาณการจบด้านนี้โดยรวมประมาณแสนคน แต่จบมาเป็นศิลปินจริงๆเพียง ประมาณ 10 คน อย่างมหาวิทยาลัยศิลปากรจบปีละประมาณ 100 คน เป็น fine art ประมาณ 30% การจะเป็นศิลปินอาชีพแบบ 100% อยู่ได้ยาก

## 10. แนวโน้มความนิยมศิลปะของคนไทยในปัจจุบันเป็นอย่างไร

ตอบ ในปัจจุบันคนไทยเข้าพิพิธภัณฑ์กันมากขึ้น มีแนวโน้มนิยมงานศิลปะมากขึ้นจากอดีต สำหรับ BACC ในอดีตที่เพิ่งเปิดมีคนเข้าเพียง 2-3 คนต่อวัน โดยเปิดมา 7-8 ปี ปัจจุบันมีคนเข้าถึง 500 - 800 คนในวันธรรมดา และ 1,500 - 1,800 คนในวันเสาร์-อาทิตย์ ปีที่ผ่านมายอดเพิ่มขึ้น 4% จากปีที่ผ่านมา สำหรับที่ BACC เป็น Art Center ไม่ใช่แกลเลอรี โดยตรงเน้นจัดแสดงแบบ contemporary ร่วมสมัย ที่ชั้น 2 ให้จัดแสดงผลงานฟรีสำหรับคนใหม่ โดยทุกมีนาคมจะให้ศิลปินส่ง proposal เข้ามาเพื่อขอจัดแสดง

## 11. Artory นำเสนอแพลตฟอร์ม งาน re-production ภาพวาด และพิมพ์เป็น product ต่างๆ

ตอบ งาน re-production ไม่ใช่เรื่องใหม่ที่ Art Bangkok มีทำอยู่แต่ไม่ใช่ pre-order ส่วนที่ BACC ก็มีการทำ re-production แต่จะซื้อลิขสิทธิ์มาเลยราคาที่ 20,000 - 40,000 บาท การนำงานศิลปะมาพิมพ์ลง product ทำให้คนกำลังซื้อน้อยสามารถเข้าถึงงานศิลปะได้ง่ายขึ้นได้ โดยที่ BACC ได้ขยายเดือนละเป็นแสน แนวโน้มดีขึ้นเรื่อยๆ

**12. หากให้ค่า commission 200 บาทแก่ศิลปินเหมาะสมหรือไม่**

ตอบ คงต้องดูที่ value ที่ให้ และต้นทุนของทาง Artory

**13. ข้อเสนอแนะสำหรับแพลตฟอร์ม นี้**

ตอบ น่าสนใจ เพราะไทยยังไม่มีทำแนะนำให้ทำกับกลุ่มศิลปินหน้าใหม่, ให้ลง detail รายละเอียดการตั้งราคา แนะนำให้มีหลากหลายเช่น มี 10 คน 10 สไตล์ เช่น traditional, pop art, contemporary art โดยเทรนด์กลุ่มลูกค้าวัยรุ่นคนไทยต้อง trend slow life ชอบเท่ๆ เก๋ๆ minimal, บางเบาหน่อยๆ

**14. ศิลปินมีการเรียนด้านการทำการตลาดหรือไม่**

ตอบ ไม่มีเรียนเนื่องจากสถาบันสอนให้มีความเป็นศิลปิน สอนเทคนิคต่างๆของการสร้างงานศิลปะ ไม่สอนการขาย

**15. หากจะพัฒนาด้านศิลปะในคนไทยควรเริ่มอย่างไร**

ตอบ แนะนำให้จัดวิธีการเรียนการสอนใหม่ควรให้เด็กรู้และเข้าใจตั้งแต่เด็ก ที่ผ่านมามีวิชาศิลปะก็มักไม่ใช่ครูศิลปะสอนไม่ได้จริงจัง ควรเริ่มจากครูที่มีคุณภาพ ที่ผ่านมามีการจัด workshop ที่โรงเรียนโดยจะไปจัดให้ครูก่อนในรอบแรกก่อนเพื่อทำความเข้าใจกับครูแล้วครูจะได้แนะนำนักเรียนได้ถูก จากนั้นรอบถัดมาจึงค่อยไปจัด workshop กับนักเรียน โดยให้ครูช่วยนำให้ ช่วยให้เด็กๆมีความเข้าใจศิลปะมากขึ้น

## ภาคผนวก ข บทสัมภาษณ์ TCDC

**คุณอิศรา เปี่ยมพงศ์สานต์, เจ้าหน้าที่พัฒนาเครือข่ายและธุรกิจสร้างสรรค์อาวุโส**

**คุณภริญา รวงผึ้งทองเจ้าหน้าที่พัฒนาเครือข่ายและธุรกิจสร้างสรรค์**

**ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือ TCDC (Thailand Creative & Design Center)**

### 1. บทบาทของ TCDC ในการช่วยเหลือนักออกแบบและผู้ประกอบการธุรกิจอย่างไรบ้าง

ตอบ TCDC เป็นองค์กรมหาชนเฉพาะกิจสนับสนุน โดยเห็นความสำคัญของการออกแบบ ก่อตั้งมา 10 ปีแล้ว โดยเข้าไปช่วยธุรกิจในการขยายการออกแบบเชิงกลยุทธ์ ทั้งส่วนองค์กรและส่วนธุรกิจ โดยช่วยเอาผู้ประกอบการมา match กับนักออกแบบ เพื่อพัฒนาและสร้างมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการ เพื่อสร้างธุรกิจที่แข็งแกร่งนำไปสู่ระบบเศรษฐกิจที่มั่นคง TCDC มีการให้บริการ 3 ด้านหลักคือ

1. นิทรรศการ
2. ห้องสมุดด้านการออกแบบ
3. การจัดสัมมนา, workshop, event เปิดโอกาสให้พบปะระหว่างนักออกแบบ

และผู้ประกอบการ

TCDC ไม่ได้ช่วยสนับสนุน Artist โดยตรง ช่วยส่วน promote โดยเน้นด้าน designer การนำ art มาใช้ในงาน design กลุ่มศิลปินจึงเป็นกลุ่ม graphic, Interior, product, มี Illustrate บ้าง , UX, UI โดยส่วน digital art TCDC ช่วยศิลปินลง portfolio ใน TCDCCONNECT เมื่อมีผู้สนใจจะติดต่อเข้ามาเอง

โดย TCDCCONNECT เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมรายชื่อนักออกแบบไทยในสาขาต่างๆ มีพื้นที่ portfolio ให้ศิลปินแสดงผลงาน ใครก็สามารถมาลงได้แต่มีจำนวนเปอร์เซ็นต์น้อยถ้าเทียบกับศิลปินที่มีทั้งหมด คิดเป็นศิลปินประมาณหมื่นคนเพราะบางคนก็ไปลงต่างประเทศ โดยแต่ก่อน Facebook ยังไม่แพร่หลาย ศิลปินจึงไม่ค่อยมีช่องทางประชาสัมพันธ์ผลงานแต่ปัจจุบันมีช่องทางมากขึ้น นอกจากนี้ TCDCCONNECT ยังช่วยส่งเสริมธุรกิจในรูปแบบกิจกรรมทั้งออนไลน์และออฟไลน์

มีพื้นที่แสดงผลงาน ที่ชั้น 5 Emporium โดยจะมีการผลัดเปลี่ยนผลงานขึ้นแสดงทุก 3 เดือน ช่วยประชาสัมพันธ์ผลงานโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

ผู้ประกอบการที่ต้องการนำออกแบบที่จะติดต่อเข้ามาโดยต้องรู้จัก TCDC ก่อน แต่ส่วนใหญ่ SME ทั่วไปจะยังไม่รู้จัก TCDC ผู้ที่ติดต่อเข้ามาเหล่านี้มักต้องการนำออกแบบจริงๆ โดยมีการริวิวมาแล้วเบื้องต้นในเว็บไซต์ไม่โซมาถามเล่นๆ ส่วนพวก Illustrate เมื่อแสดงผลงาน จะมีคนเห็นแนวการวาดจะจ้างไปวาดภาพอื่นเช่น ภาพแต่งร้าน

ผู้ประกอบการจะมีปัญหาการเลือกนำออกแบบ, ศิลปิน เพราะปัจจุบันศิลปินมีช่องทางแสดงผลงานเยอะ แต่ช่องทางของลูกค้าที่จะเลือกศิลปินที่มี portfolio ที่น่าเชื่อถือมีน้อย TCDCCONNECT จึงเป็นช่องทางที่ได้รับความไว้วางใจ

## 2. ARTORY แสดงตัวอย่างแพลตฟอร์ม เพื่อขอความคิดเห็น

ตอบ แพลตฟอร์ม ในไทยที่เห็นปัจจุบันมี Fastwork เป็นรูปแบบการจ้างงานเล็กๆน้อยๆ, Kraftka ให้ศิลปินออกแบบลายของรองเท้าผ้าใบ หากมีคน order ก็ได้ศิลปินผู้ออกแบบจะได้ค่าผลงานซึ่งอันนี้จะคล้ายกับ ARTORY

แนะนำควรทำ research เพิ่มเติม ว่าลูกค้ามีความต้องการ product อะไร ลองดูร้าน Another Story ใน Emquartier มีสินค้าจากศิลปินต่างประเทศมาทำสินค้าต่างๆ แต่ที่นี้ขายแพง ให้ลองสังเกตดูอะไรขายดี, แนะนำมองตลาดต่างประเทศด้วยเพราะนิยมนงานศิลปะมากกว่า, แนะนำทำ digital file ด้วย โดยขายลิขสิทธิ์ แบบ shutter stock โดยต้องมีคนดูแลลิขสิทธิ์เป็นอย่างดี, มองหาช่องว่างของ แพลตฟอร์ม ที่คล้ายกันต่างประเทศ เช่น ของเรามีความเป็นไทย, หรือศิลปินมีปัญหาการลงภาพใน แพลตฟอร์ม ต่างประเทศอย่างไร, แพลตฟอร์ม เราจะมีบริการ scan ภาพได้สำหรับกลุ่ม fine artแนะนำในทีม ARTORY ควรจะมีศิลปินซึ่งจะเข้าใจความต้องการของศิลปินมากกว่าและควรหา Developer เป็นของตนเอง

TCDC คิดว่า แพลตฟอร์ม นี้มีความน่าสนใจเพราะยังไม่มีคนทำในประเทศไทย ยินดีสนับสนุน ARTORY สามารถขอคำปรึกษาได้ นอกจากนี้สามารถช่วย promote ได้มีสถานที่จัดแสดงผลงานที่ชั้น 5 Emporium, promote ผ่านเว็บไซต์ และลงหนังสือ Creative Thailand

**ภาคผนวก ก**  
**บทสัมภาษณ์อาจารย์ศิลปะ, ศิลปิน**

**สัมภาษณ์ อ.วันชัย ผลอิน**

**อาจารย์สอนสีน้ำรพ.รามาริบดี**

**1. ข้อมูลทั่วไป**

ตอบ อายุประมาณ 50 ปี ศิลปินภาพสีน้ำและสีน้ำมัน มีชื่อเสียงด้านภาพเหมือน พระภิกษุ อาชีพหลักสอนงานศิลปะที่วิทยาลัยเพาะช่าง, รพ.รามาริบดี สอนให้แก่บุคลากร วิทยากร งานต่างๆ และทำสวนที่บ้าน จบจากสถาบันเพาะช่างมาเรียนด้วยใจรัก สร้างสรรค์ผลงานด้วยความสุขใจ แล้วเงินที่ได้ก็เป็นกำไรชีวิต

**2. อาจารย์มีการใช้ social network ในการประชาสัมพันธ์ผลงานหรือไม่**

ตอบ ไม่ใช้ social network ในการประชาสัมพันธ์ผลงานเนื่องจากเมื่อมีชื่อเสียงแล้ว จะมีผู้ติดต่อเข้ามาเอง โดยปัจจุบันวาดภาพเดือนละ 5-6 ภาพ และยังมีภาพที่ลูกค้าสั่ง ที่ยังไม่ได้วาด ค้างอีกประมาณ 5 ภาพซึ่งคิดว่าเวลาไม่พอ

**3. อาจารย์มีเส้นทางการเป็นศิลปินที่มีคนรู้จักได้อย่างไร**

ตอบ เริ่มจากการแสดงผลงานทางแกลเลอรีและหอศิลป์ต่างๆ เมื่อแสดงผลงานก็จะเริ่มมีคนรู้จักและจะติดต่อมาเอง ประกอบกับได้ออกรายการทีวี 2-3 รายการ คนยิ่งรู้จักมากขึ้นจะติดต่อเข้ามาสั่งให้วาดภาพตามที่ต้องการส่วนใหญ่เป็นภาพเหมือนสีน้ำมัน และภาพที่เหมาะสมกับ ฮวงจุ้ย โรงแรม

**4. คิดราคาภาพเท่าไร**

ตอบ รูปละ 20, 00 ขึ้นต่ำจนหลักแสน

**5. อาจารย์มีมุมมองอย่างไรกับการทำงานระหว่างเรียนของนักศึกษาศิลปะ**

ตอบ ศิลปินจำเป็นต้องมีการฝึกฝนที่มากพอจึงจะเก่งได้ ส่วนใหญ่จนศ.เพาะช่างไปวาดภาพที่สะพานพุทธ ต้องการฝึกฝนวาดภาพเป็นหลัก ด้านรายได้เป็นส่วนเสริม (ไม่ได้ช่วยสร้างชื่อเสียง)

## 6. ปัญหางานศิลปะในประเทศไทย

ตอบ งานศิลปะในประเทศไทยยังไม่มีองค์กรสนับสนุนอย่างชัดเจน ซึ่งแตกต่างจากต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น อเมริกา มาเลเซีย สิงคโปร์ การออกแกลเลอรี ของศิลปินต้องพึ่งพามาก หากไม่มีทุนจึงทำได้ยากกว่า ต้องลงทุนเยอะทั้งค่าสตูดิโอ ค่ากรอบภาพ ผู้สนับสนุน (sponsor) จึงมีความสำคัญมาก กลุ่มคนซื้อยังต้องเป็นผู้มีรายได้สูง คนทั่วไปไม่ได้สนใจงานศิลปะเท่าไรนัก ไม่ได้เป็นสินค้าจำเป็น

## 7. อาจารย์คิดอย่างไรหากมีธุรกิจที่จะช่วยสร้างรายได้ให้นักศึกษา

ตอบ น่าสนใจเพราะนักศึกษาจะได้มีโอกาสฝึกฝนและหารายได้เสริมระหว่างเรียน

### อาจารย์กมลชัย ศิลปวรรณวิวัฒน์

#### ศิลปินอิสระ, เปิดโรงเรียนสอนศิลปะ

### 1. ข้อมูลทั่วไป

ตอบ จบการศึกษาที่โรงเรียนเพาะช่าง แผนกวิจิตรศิลป์ อายุ 60 ปี ปัจจุบันเปิดโรงเรียนสอนศิลปะเด็กจนถึงผู้ใหญ่

### 2. ปัจจัยที่ทำให้ศิลปินประสบความสำเร็จ

ตอบ ฝึกฝีมือพัฒนาตนเองเรื่อยๆ สม่ำเสมอ ขยันศึกษาหาความรู้กับอาจารย์หลายๆ ท่าน โดยต้องหาประสบการณ์ไม่เพียงเฉพาะอาจารย์ท่านเดียวเท่านั้น ต้องมีการไปหาความรู้กับท่านอื่นๆ อยู่เรื่อยๆ มีการหาไอคอลลของตัวเอง เพื่อเป็นต้นแบบในการหาหนทางชีวิตของความเป็นศิลปิน ยกตัวอย่างอาจารย์เฉลิมชัยเริ่มต้นการมีชื่อเสียงจากเมืองนอก แล้วสไตล์การเขียนเป็นการเขียนนอกกรอบ ไม่เหมือนคนอื่น

### 3. ขายงานศิลปะได้ที่ไหนบ้าง

ตอบ ขายผ่านแกลเลอรี ไม่ก็ฝากขายที่ร้านเพื่อน โดยการขายผ่านแกลเลอรีนั้นถ้ามีการจัดงานแสดงหนึ่งครั้งต้องมีการติดต่อกับเจ้าของแกลเลอรีนั้น โดยค่าใช้จ่ายในการจัดต้องมีการตกลงกัน เช่น อาจจะมีการแบ่งรายได้กันคนละครึ่ง ซึ่งในส่วนนี้จะแล้วแต่การตกลงกันระหว่างศิลปินกับเจ้าของแกลเลอรี หรือไม่ก็ฝากร้านหรือเพื่อนวางขายซึ่งในส่วนนี้ก็ต้องมาตกลงอีกเช่นกัน คือ อาจตั้งราคาขายที่ 20,000 บาท ซึ่งถ้าทางร้านขายได้เกินราคานี้ก็เอาส่วนต่างไป หรือแบ่งเป็นเปอร์เซ็นต์จากทางร้านที่ขายได้ และอีกช่องทางหนึ่งคือเป็นลูกค้าประจำ ลูกค้ามาติดต่อซื้อเองถึงบ้าน

#### 4. ลูก้าที่มาซื้องานศิลปะคือใคร

ตอบ ลูก้าส่วนใหญ่ 70% เป็นชาวต่างชาติ อายุประมาณ 50 ปี ขึ้นไป โดยลูก้าก่อนข้างมีฐานะ รูปที่ขายส่วนใหญ่ราคา 25,000 – 100,000 บาท

#### ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชง อุดมผล

#### วิทยาลัยเพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

##### 1. นักศึกษาจบไปแล้วทำอะไร

ตอบ เรียนต่อโท, ทำงานอิสระส่วนใหญ่ เช่น เขียนภาพที่สะพานพุทธ, สอนศิลปะ, พนักงานประจำบริษัท ฝ่ายศิลป์, ครู (ต้องเรียนต่อก่อนจึงจะไปสอนรร.ได้), สักลาย (tattoo) หากมีหัวด้านการประยุกต์, ใส่กรอบรูป รวมถึงถ้าคิดส์มากๆก็เขียนรูปอยู่บ้าน

##### 2. ศิลปินจบใหม่หรือศึกษาอยู่ ต้องการมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก ต้องทำอะไรบ้าง

ตอบ ศิลปินไทยที่ยังใหม่ต้องอาศัยเวทีในการสร้างชื่อเสียงในเวทีประกวดต่างๆเช่น บัวหลวง กรุงไทย พานาโซนิค โคชิบา

โดยศิลปินต้องมีการฝึกฝน สร้างเสริมประสบการณ์ และความรับผิดชอบ ในการทำให้ตนเองมีชื่อเสียง ซึ่งโดยปกติในวงการศิลปะจะมีแอมมองเพื่อที่จะเลือกศิลปินมาออกแกลเลอรี ซึ่งแกลเลอรีนั้นจะช่วยในเรื่องลูก้าต่างประเทศที่มีกำลังทรัพย์มาดูภาพ เนื่องจากไทยอาจมีผู้ที่กำลังทรัพย์น้อยราย เช่น เจ้าสัวบุญชัย

##### 3. ขายงานศิลปะได้ที่ไหนบ้าง

ตอบ ตลาดนัดจตุจักร ภูเก็ต ข้าวสาร โดยผู้ที่มาซื้องานศิลปะส่วนใหญ่จะเป็นรูปที่ตลาดต้องการ คือ 1. วาดภาพเหมือน 2. สวย 3. ประดับบ้าน โดยจะมีคนออกแบบภาพแบบ creative น้อย ขายไม่ค่อยได้ คนซื้อจะนานๆจะซื้อที โดยมักจะเป็นชาวต่างชาติ ซึ่งภาพแนวนี้มีความต้องการของตลาดอยู่น้อย เนื่องจากคนส่วนใหญ่ไม่เข้าใจความหมายของภาพ รวมทั้งในเรื่องของคนไทยที่ไม่ได้ปลูกฝังค่านิยมในงานศิลปะ เนื่องจากไม่ใช่ปัจจัย 4 ที่จำเป็นในการดำรงชีวิต นอกจากนี้กระทรวงวัฒนธรรมมีการให้สนับสนุนน้อย และยังมีปัญหาการกดราคา การโกง เนื่องจากรีบค่านายหน้ามาเป็นต่อๆด้วย

##### 4. ระบบแกลเลอรีเป็นอย่างไร

ตอบ ระบบแกลเลอรีนั้นต้องมีการตกลงว่าจัดกี่ครั้งต่อปี โดยมีการ share concept กันก่อน แล้วมาตกลงว่าจะหักรายได้เปอร์เซ็นต์จากการขายอย่างไร ซึ่งขึ้นกับอำนาจต่อรองศิลปินว่ามี

ประสบการณ์หรือชื่อเสียงมากนักน้อยเพียงไร โดยศิลปินบางคนอาจโดนกดราคาให้ขายภาพในราคาต่ำ เนื่องจากว่ายังไม่มีชื่อเสียงมากเพียงพอ ซึ่งถือว่าเป็นปัญหาเพราะในประเทศไทยนั้นยังไม่มีตัวกลางที่ทำให้ผู้ซื้อกับศิลปินสามารถพบกันเพื่อที่จะขายงานได้โดยตรงโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง

#### 5. ปัจจัยที่ทำให้ศิลปินประสบความสำเร็จ

ตอบ มีปัจจัยหลักๆ 4 อย่าง ดังนี้

1. ตัวงาน สำคัญอันดับแรก มีเอกลักษณ์ มีอัตลักษณ์
2. ปัจจัยเกื้อหนุน ศิลปินบางคนเสียชีวิตไปแล้วผลงานจึงค่อยขายได้
3. การพรีเซ็นต์ เช่น อ.เฉลิมชัยมีการนำเสนองานที่ดี ซึ่งถ้าเป็นศิลปินคนที่นิ่งๆเงียบๆ

จะดังยาก

4. ผลงานที่สร้างขึ้นนั้นต้องมีความแตกต่างจากท้องตลาดทั่วไป

#### 6. การเรียนการสอนมีสอนเรื่องการใช้เทคโนโลยีหรือไม่

ตอบ ไม่มีสอน เทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ เพื่อประยุกต์ใช้ในงานศิลปะ ดังนั้นนศ.ต้องหาศึกษาต่อเอง

#### 7. มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการขายศิลปะออนไลน์อย่างไร

ตอบ การขายออนไลน์ ปัญหาเรื่องการ copy ซึ่งงานศิลปะนั้นมันจะใช้เวลาในการคิด concept แล้วแสดงออกมาเป็นภาพ ซึ่งถ้าขายออนไลน์จะมีการขโมย concept กัน โดยบาง concept อาจจะต้องใช้เวลานานในการคิด ซึ่งผู้ที่ขโมยไปแม้มีการวาดภาพออกมาไม่เหมือนซักๆ แต่ก็ทำให้มูลค่าของงานของศิลปินที่ออกมาราคาตกลง จึงไม่เหมาะกับสังคมไทยในการขายออนไลน์ รวมทั้งการขายงานศิลปะนั้นแม้จะขายออนไลน์แต่คนซื้อต้องมาดูภาพของจริง เนื่องจากภาพศิลปะมีราคาแพง การซื้อจึงต้องพิจารณาอย่างละเอียดทั้งคุณภาพผ้าแคนวาส คุณภาพสี คุณภาพกรอบ โดยที่ผ่านมายังไม่ค่อยเห็นขายได้ผ่านช่องทางออนไลน์



## อาจารย์สินชัย กิตติมงคลสุข

### หัวหน้าสาขาวิชาดิจิทัลออล มีเดีย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

#### 1. ปัจจุบันนี้มีนักศึกษาในแต่ละปีจำนวนเท่าไร

ตอบ นักศึกษาปัจจุบันที่รับ 70 คน โดยของเราแยกมาเป็นสาขาดิจิทัลออลมีเดีย ปีนี้เป็นปีที่ 3 ซึ่งคณะเราจะคาบเกี่ยวกับนิเทศศาสตร์ ศิลปกรรม วิทยาการ คอมพิวเตอร์ ซึ่งถ้านับคณะที่เกี่ยวข้องกับทางดิจิทัลออลทั่วประเทศมีประมาณ 20-30 มหาวิทยาลัย โดยมีมหาวิทยชั้นนำ คือ ศรีปทุม มีจำนวนนักศึกษา 300-400 คน

#### 2. นักศึกษาจบมาส่วนใหญ่ทำงานที่ไหน

ตอบ นักศึกษาที่นี้ตอนนี้ยังอยู่ปีที่ 3 เพราะเพิ่งเปิดสาขานี้มา 2 ปีด้วยกัน โดยความคาดหวังของอาจารย์คือ ให้ทำงานบริษัทที่เกี่ยวข้องกับสาขานี้ ซึ่งจะมี Nectec ที่จะสนับสนุน Digital content ซึ่งสาย TV digital มาแรงในช่วงนี้

#### 3. นักศึกษาที่นี้มีการประกวดผลงานที่ไหนอย่างไรบ้าง

ตอบ มีการแข่งขันหนังสือสั้น”โตไปไม่โกง” มีการประกวดหนังสือสั้นกับทรู มีการประกวดโฆษณาบ้างเป็นบางคน โดยยังไม่มีการส่งผลงานเข้าประกวดแนว ภาพสี ภาพโปสเตอร์ โดยของที่คณะมีการฝึกพื้นฐานทางด้านศิลปะทั่วไปในปีที่1 ซึ่งนักศึกษาสามารถวาดภาพทั่วไปได้ ส่วนภาพดิจิทัลออลสามารถทำได้อย่างเชี่ยวชาญในปีที่ 3

#### 4. มหาวิทยาลัยมีการสนับสนุนนักศึกษาในด้านใดบ้าง

ตอบ มีศูนย์วิทยบริการ ซึ่งสนับสนุนการเรียนการสอนของนักศึกษา รวมทั้งช่วยนักศึกษาในเรื่องการรับงานจากภายนอก เช่น หนังสือ การออกแบบโปสเตอร์ โฆษณา

#### 5. อาจารย์คิดอย่างไรเกี่ยวกับแพลตฟอร์มงานศิลปะที่นำมาเสนอ

ตอบ มีความสนใจ แต่กลัวเรื่องการก๊อปปี้ผลงานที่นำไปลงไว้ในแพลตฟอร์ม

#### 6. ผลงานด้านศิลปะที่มีปัญหาด้านการก๊อปปี้ ละเมิดลิขสิทธิ์อย่างไรบ้าง

ตอบ มีปัญหาเรื่องการก๊อปปี้ลายและการลอกแบบผลงานของศิลปินบ้าง โดยแม้จะไม่ใช้การก๊อปปี้ผลงานมาให้เหมือนโดยตรง แต่ผลงานที่ออกมานั้นมีแนวการวาดที่ออกมาใกล้เคียงกัน ทำให้เกิดปัญหาด้านลิขสิทธิ์ ซึ่งส่วนใหญ่ถ้าไม่ใช่ผลงานที่เป็นเงินจำนวนมากจริงๆ ส่วนใหญ่ก็ จะไม่มีการฟ้องร้องเพราะเสียเวลาในการดำเนินคดี แต่ในตอนนี้ก็มีเทคโนโลยีเรื่องการป้องกันการก๊อปปี้

## 7. อาจารย์คิดอย่างไรกับการคัดกรองศิลปินที่เข้าร่วมในแพลตฟอร์ม

ตอบ ถ้าให้ศิลปินเข้ามาในแพลตฟอร์ม ต้องมีการคัดกรองผู้ที่เข้ามาชมของแต่ละศิลปินให้เห็นชัดเจน โดยการคัดกรองนั้นต้องมีการสร้างกฎเกณฑ์ที่ชัดเจนขึ้นมา เช่นอาจตั้งคณะกรรมการขึ้นมาดู แต่เวลาที่ใช้ในการดูภาพนั้น ถ้าจะเอาแบบชัดเจน ต้องใช้เวลาในการดูองค์ประกอบและรายละเอียด

### สัมภาษณ์ ผศ.ธรรมศักดิ์ เอื้อรักสกุล

#### หัวหน้าสาขาวิชาคอมพิวเตอร์อาร์ต มหาวิทยาลัยรังสิต

##### 1. การสอนด้านดิจิทัลอาร์ตของมหาวิทยาลัยรังสิตทั่วไปเป็นอย่างไรบ้าง

ตอบ ม.รังสิต คณะดิจิทัลอาร์ต เปิดสอนด้านนี้มาตั้งแต่ปี 2542 โดยแบ่งเป็น 2 สาขา คือ สาขาคอมพิวเตอร์อาร์ต และสาขาวิชวลเอฟเฟค โดยเราเป็นมหาวิทยาลัยแรกที่เปิดสอนด้านนี้จึงเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ปัจจุบันมีนศ. 208 คน จากเดิมที่มีประมาณ 100 คน แต่คิดว่านักศึกษาไม่มีมากไปกว่านี้แล้ว ยกเว้นเปิดสาขาใหม่เพิ่ม ด้านการเรียนของนักศึกษาเข้ามาศึกษาทั้ง 2 สาขาต้องเรียนเหมือนกันคือ ปี 1 พื้นฐานศิลปะ, ปี 2 พื้นฐานสาขา เช่น 2D motion เบื้องต้น, ปี 3 พื้นฐานสาขา เช่น 3D, การจัดแสง มหาวิทยาลัยเราอาจมีข้อที่ต้องพัฒนาเพิ่มคือยังมีอาจารย์ประจำน้อย

##### 2. แล้วมีมหาวิทยาลัยอื่นๆเปิดสอนด้านดิจิทัลอาร์ตเยอะหรือไม่

ตอบ ในช่วงหลังมีมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนดิจิทัลอาร์ตหลายมหาวิทยาลัยเช่น ม.ศิลปากร, ม.ศรีปทุม จะเด่นด้าน visual effect โดยเน้นพื้นฐานไป graphic design ,ม.เชียงใหม่ ,ม.ลาดกระบัง เป็นต้น สรุปรวมผลิตนักศึกษาประมาณ 1,000 คนต่อปี โดยแต่ละที่จะมีจะเด่นที่ต่างกัน ซึ่งส่วนใหญ่จะเน้นด้าน animation แต่ตลาดความต้องการในปัจจุบันส่วนใหญ่ เป็น motion graphic เช่น ทำสื่อใน YouTube, Digital TV, Infographic

##### 3. การเรียนด้านดิจิทัลอาร์ตมีการทำภาพยนตร์เหมือนกันแล้วความแตกต่างอย่างไรจาก

##### นิเทศศิลป์

ตอบ สาขานิเทศศิลป์จะเน้นที่บทเนื้อเรื่องและกระบวนการ แต่ทางดิจิทัลอาร์ตเน้นทำ special effect CG โดยไม่เน้นบทนักศึกษาอย่างโปรเจกจบในปี 4 ก็จะทำเป็น VDO composite และ Stock motion การฝึกงานของนักศึกษาไปฝึกงานด้าน Production โฆษณา, ภาพยนตร์, ทำ Application, ทำเกมส์

#### 4. อาจารย์คิดว่าอะไรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้นักศึกษาประสบความสำเร็จ

ตอบ

1. การมีความคิดสร้างสรรค์ สร้างสรรค์ไอเดีย เป็นสิ่งสำคัญที่สุด ซึ่งบางที่จะไปเน้นที่เทคนิคการใช้โปรแกรมมากกว่า
2. เราเปิดสาขาก่อนที่อื่นจึงมีรุ่นพี่ที่ทำงานมาก่อน จึงช่วยให้นักศึกษาจบไปหางานตามบริษัทต่างๆได้ง่าย
3. การแข่งขันประกวดต่างๆ ช่วยสร้างชื่อเสียงเช่น Degree show ศิลปะนิพนธ์ทั่วประเทศ, สสส. ซึ่งจะมีธีมการประกวดในแต่ละครั้ง, ประกวดดิจิทัลอาร์ตต่างประเทศ, การประกวดกับ Thai PBS

#### 5. ปัญหาการเรียนของนักศึกษาในปัจจุบันมีหรือไม่

ตอบ ปัญหา นศ. ได้รับงานการบ้านซ้ำซ้อนกันมีส่วนที่คล้ายกันในแต่ละวิชาแต่วัตถุประสงค์ต่างกันเช่นวิชาหนึ่งให้ไปวาดการ์ตูนโดยทำเป็นเรื่องราว แต่อีกวิชาไม่เน้นบทเน้นดูการเคลื่อนไหวของการ์ตูน จึงแก้ปัญหโดยประชุมอาจารย์ให้การบ้านรวมงาน 2 วิชาที่สามารถรวกันได้ จากเดิมที่ต่างคนต่างสอน และจะจัดให้เรียนวันจันทร์ ถึงวันศุกร์ จะพยายามให้นักศึกษามีเวลาว่างวันเสาร์อาทิตย์

#### 6. ระหว่างเรียนนักศึกษามีรับงานพิเศษเป็นรายได้เสริมหรือไม่ รายได้เสริมของนักศึกษาทำอะไร และมีการแสดงผลงานขายทางช่องทางออนไลน์หรือไม่

ตอบ งานเสริมนักศึกษา ยังเป็นจุดอ่อนของทางมหาวิทยาลัยคือมีงานเข้ามาแต่ไม่สม่ำเสมอไม่ทุกปี นักศึกษามีเปิด Facebook โชว์ผลงานมากกว่า 50% โดยมีทั้งการโชว์และขาย มีการขายภาพใน Deviant art มีรับวาด story board ช่องละ 300 บาท (4 ช่อง/หน้า) โดยวาดภาพไม่จำเป็นต้องสวยแต่ให้เข้าใจ concept หากมีอาชีพจะได้ค่าตอบแทนมากกว่าเท่าตัว ซึ่งเป็นงานที่ผลตอบแทนดีมากแต่งงานมักได้จาก connection หากเป็น card game ระดับนักศึกษา ได้ระดับ 1,000-2,000 บาท โดยหากเป็นมืออาชีพ 3,000 - 4,000 บาท แต่หากมีชื่อเสียง 10,000 คน การรับงานบางครั้งก็มีปัญหา มีการโดนโกงนอกจากไม่ได้รับเงินแล้วยังโดนฟ้องด้วย

#### 7. เมื่อเรียนจบไปแล้วส่วนใหญ่ทำงานอะไรและมีรายได้ประมาณเท่าไร

ตอบ ส่วนใหญ่ 50% เป็น freelance แต่หากทำงานบริษัท จะมีรายได้ประมาณ 15,000 ถึง 20,000 บาท รายได้ไม่สูงมาก เนื่องจากเมื่อจบไปมีคู่แข่งจากมหาวิทยาลัยอื่นอีกมากมายไป และปัญหาของคนสายนี้โดยทั่วไปมักมีนิสัยขี้อาย คุยไม่เก่ง จึงมีปัญหา connection

## 8. ทางกลุ่มนำเสนอแนวคิด แพลตฟอร์ม ARTORY

ตอบ อาจารย์ให้ความเห็น เหมาะกับกลุ่มที่ทำ digital illustrate น่าจะสนใจสาขา computer art ประมาณ 60 คน และกลุ่มนิเทศศิลป์ ผลตอบแทนประมาณ 80 บาทต่อครั้งก็ดูไม่มีปัญหาโดยขึ้นกับต้นทุนเรา สำหรับการคัดเลือกศิลปินเบื้องต้น ให้อาจารย์ช่วยเลือกให้ก่อน ,Filter ตาม demand โดยสรุปเบื้องต้นคิดว่านศ.จะสนใจแต่ยังเป็นสิ่งใหม่

### ข้อมูลการสัมภาษณ์นักศึกษาด้านศิลปะ

#### สัมภาษณ์ศิลปินนักศึกษา นายจักรกฤษ เสือออบ

#### นักศึกษาจิตรกรรม วิทยาลัยเพาะช่างชั้นปีที่ 4

##### 1. มีการจัดแสดงผลงานระหว่างเรียนอย่างไรบ้าง

ตอบ จัดแสดงแกลเลอรี หอศิลป์ มีจัดแสดงปีละ 2 – 3 ชั้น โดยบางชั้นก็สร้างรายได้ให้

##### 2. ระหว่างเรียนมีการหารายได้เสริมอย่างไรบ้าง

ตอบ ส่วนใหญ่รับงานจากคนรู้จัก เช่น งานเขียนภาพ portrait, เขียนโมเดล, ภาพสีน้ำมัน, ภาพ drawing โดยรายได้ต่อเดือนประมาณ 5,000 -7,000 บาทขึ้นกับความยากง่ายของงาน หากสีน้ำมันต้องใช้เวลานาน ภาพ drawing ไม่ถึงวันก็วาดเสร็จ นอกจากนี้มีรับงานจาก Facebook

##### 3. มีปัญหาในการรับงานหรืองานไม่

ตอบ มีปัญหาเนื่องจากงานส่วนใหญ่รับจากคนรู้จักหรือเพื่อน ซึ่งมักจะต่อราคาโดยไม่สนใจในความยากง่ายของชิ้นงาน เช่นสีน้ำมันต่อใช้เวลาวาดเป็นเดือนก็ต่อราคาเหลือ 3,000 บาท ซึ่งปกติราคาประมาณ 5,000 บาทขึ้นไป นอกจากนี้ก็มีปัญหาเรื่องการโอนเงินของลูกค้าที่ไม่แน่นอนตามได้ยาก บางครั้งทำชิ้นงานให้เรียบร้อยแล้วรอแต่ให้โอนเงินให้แต่ลูกค้าก็ไม่โอนเงินให้จึงไม่ส่งผลงานให้ที่สุด

##### 4. การรับงานผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นอย่างไรบ้าง

ตอบ มีเพื่อนรับงานทาง IG page โดยเค้าจะแบ่งเปอร์เซ็นต์ให้ แต่ส่วนตัวไม่ได้ทำด้วย เนื่องจากมีงานที่เรียนด้วยค่อนข้างยุ่ง ลูกค้าไม่มีปัญหากับการซื้อทางออนไลน์ไม่จำเป็นต้องดูของจริง ลูกค้าขอแค่ให้ถ่ายภาพที่ชัดๆ ประกอบกับภาพที่ขายทางออนไลน์ราคาสูงมากไม่ได้จะขายได้ที่ประมาณ 3,000 บาท

##### 5. แนะนำ แพลตฟอร์ม Artory สนใจหรือไม่

ตอบ คิดว่าน่าสนใจเป็นช่องทางช่วยสร้างรายได้เป็นงานอดิเรก

## ภาคผนวก ค

### บทสัมภาษณ์สถาปนิก

#### **สัมภาษณ์ คุณ ขวัญกมล พันธุระ**

#### **อาชีพสถาปนิกตกแต่งภายใน**

ทำงานอินทีเรียบริษัทและรับงานส่วนตัว ลูกค้าส่วนใหญ่กลุ่มบ้าน 50% ออฟฟิศ 30% ที่เหลือเป็นอื่นๆเช่น ร้านอาหาร โรงเรียน

#### **1. การเลือกภาพมาตกแต่งมีขั้นตอนการเลือกอย่างไร**

ตอบ เราจะถามความต้องการลูกค้าก่อน แล้วรอบต่อมาก็จะหาตัวอย่างไปให้ดูว่าเค้าจะชอบแบบไหนโดยหาภาพจาก Pinterest มาทำ slide ให้ลูกค้าดู ส่วนการหาสินค้ามาตกแต่งจริงขึ้นกับงบประมาณของลูกค้า ถ้าหากลูกค้าต้องการให้ตกแต่งเสร็จทีเดียวก็ช่วยหาให้ด้วย บางคนก็ให้ทำ space ให้เสร็จก่อนแล้วงบบเหลือค่อยดูของตกแต่ง

#### **2. การแนะนำลูกค้าหาภาพตกแต่งแนะนำหาจากที่ไหน**

ตอบ แล้วแต่งบประมาณลูกค้า ถ้างบประมาณเยอะแนะนำ Architectural, Ralph Lauren, Fendi, Motif ถ้าแบบทั่วไปก็ Ikea, ตลาดจตุจักร

#### **3. ถ้าภาพที่ใช้ตกแต่งไม่ใช่ fine art โดยเป็นภาพ print จะราคาประมาณเท่าไร**

ตอบ ถ้าแต่งออฟฟิศ ก็จะดูที่ Ikea ตลาดจตุจักร ราคาประมาณ 2 – 500,000 บาท ถ้าลูกค้าที่งบบประมาณเยอะรูปราคา 10,000 บาทก็ยอมจ่าย

#### **4. การตกแต่งแต่ละครั้งใช้ภาพเยอะหรือไม่**

ตอบ แล้วแต่โปรเจก หากบ้านใหญ่หรู ก็ตกแต่งประมาณหลังละ 5รูป หากคอนโด 2-3 รูป โดยอย่างช่วงนี้ที่บริษัทก็รับโปรเจกบ้าน 4 ออฟฟิศ 1

#### **5. รูปส่วนใหญ่ที่ลูกค้าชอบเป็นแนวไหน**

ตอบ Abstract

#### **6. ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกภาพแต่งห้องเป็นหลัก**

ตอบ ความเหมาะสมและความชอบของลูกค้าเป็นหลัก

## 7. แนะนำตัวอย่าง แพลตฟอร์ม ให้คุณคิดว่าลูกค้าจะสนใจซื้อหรือไม่

ตอบ ยากที่จะซื้อ ส่วนมากลูกค้าขอของจริงก่อนค่อยซื้อ ในไทยค่อนข้างยากหาไม่ใช่ศิลปินชื่อดัง เนื่องจากเมืองไทยตัวเลือกเยอะและราคาไม่แพง สามารถเห็นและได้จับของจริงได้ ยกเว้นคนที่ชอบจริงๆ หากเป็นของตกแต่งหรือเฟอร์นิเจอร์จะยอมซื้อได้ง่ายกว่า นอกจากนี้ถ้าเป็นโรงแรมหรือโครงการรีสอร์ท เปิดเว็บ สั่งโรงงาน copy ไม่ซื้อของจริงนอกจากส่วน lobby หรือที่ตั้งใจจะโชว์ story

## 8. ส่วนที่สั่งโรงงาน copy เป็นแบบ print หรือวาดเลียนแบบ

ตอบ Print เนื่องจากวาดเลียนแบบก็ยังคงราคาสูง โดยปัจจุบันทำได้ง่ายพิมพ์ลงบนผ้า แคนวาสภาพดูสวยเนียนแต่ไม่มี texture นอกจากนี้ก็มีพิมพ์ลงบนกระดาษปอนด์แล้วอัดกรอบก็มี

## 9. กลุ่มลูกค้าที่ใช้ภาพ copy มีเยอะหรือไม่

ตอบ เป็นกลุ่มโรงแรมที่ใช้เยอะ หรือกลุ่มคอนโดที่ทำเป็นรีสอร์ททคล้ายๆ คีรีมาชา แสนสิริ แต่ราคาเป็นความลับไม่สามารถบอกได้ เช่นราคาขาย 20,000 บาท แต่ต้นทุน 3,000 บาท มีเป็นร้อยแล้วแต่ขนาดโครงการ

## 10. กลุ่มโรงแรม รีสอร์ท มีการเปลี่ยนรูปกันบ่อยหรือไม่

ตอบ ไม่ค่อยเปลี่ยนคิดแล้วคิดเลย ยิ่งปัจจุบันไม่ค่อยมีภาพในห้อง เน้นโชว์วัสดุหรือประติมากรรมมากกว่า ส่วนใหญ่จะเน้นลงกับของตกแต่งอื่นเช่นผ้า หมอน แจกัน

## สัมภาษณ์ คุณณภัทร์ คุณปัญญากร

interior designer บริษัท Bcna International co.,ltd.

### 1. ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นใคร อย่างละประมาณกี่เปอร์เซ็นต์

ตอบ ส่วนใหญ่รับงานบ้านเป็นหลักค่ะ ถ้าสัดส่วนคือ บ้าน/คอนโด 75% ร้านอาหาร/ซ้อป 20% ออฟฟิศ 5% อันนี้อิงจากงานที่ผ่านมาและความถนัดค่ะ ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่ทำงานมาในระยะหนึ่งแล้วซื้อบ้านเป็นของตัวเอง แล้วอยากตกแต่งสไตล์ที่บ่งบอกรสนิยมตัวเองค่ะ ส่วนร้านอาหารหรือร้านค้าก็จะเป็นผู้ใหญ่ที่เค้าทำธุรกิจแล้วมีการขยายกิจการค่ะ

### 2. ปกติมีแนะนำซื้อรูปตกแต่งบ้าน ไม่ว่าจะเป็นรูปจริงหรือรูปปริ้นท์ให้ลูกค้าบ้างมั๊ยครับ

ตอบ เคยแต่ไปเลือกซื้อพร้อมลูกค้าค่ะ ไม่เคยแนะนำเป็นการส่วนตัว ส่วนมากจะเป็นการแนะนำ แนวทางมากกว่า ว่าควรเป็นรูปแบบไหนอย่างไร ลูกค้าบางท่านก็จัดหาซื้อเองค่ะ

**3. มีพวกเซลล์มาเสนอขายรูปจริง รูปปริ้นท์บ้างมั๊ย**

ตอบ มีค่ะ แต่ไม่เยอะมาก บางทีเราต้องจ้างคนทำเอง อย่างเช่นงานพื้นที่

**4. ปกติลูกค้าจะซื้อรูปตกแต่งบ้านโดยเฉลี่ยต่อรายประมาณกี่รูปถ้าเป็นพวกลูกค้าบ้าน**

ตอบ ไม่มีตายตัวค่ะ ส่วนใหญ่จะอยู่ที่พื้นที่ค่ะ บางคนชอบรูปใหญ่มาเป็น print on canvas ค่ะ อันเดียวบ ใหญ่ทั้งผนังบางคนชอบจัดแต่งเป็น กรอบรูปหลายๆอันก็เลยไม่มีตายตัวค่ะ แต่ถ้าประมาณ โดยเฉลี่ยต่อคน น่าจะประมาณ 8-10 รูปค่ะ

**5. หนึ่งปีทำประมาณกี่โปรเจก**

ตอบ ประมาณ 10 ค่ะ

**6. ปกติในเคสที่ไปซื้อรูปกับลูกค้าไปซื้อที่ไหนกันครับ แล้วเรื่องราคา ส่วนใหญ่ซื้อกันที่ราคาเท่าไหร่**

ตอบ จตุจักร Ikea ค่ะ เฉลี่ยประมาณ 1000-5000 ค่ะ อันนี้แล้วแต่ขนาดด้วยค่ะ ถ้าเกิน 5000 ลูกค้าจะเริ่มเมิน นอกจากจะต่อราคาได้ ต้องยอมรับว่า ลูกค้าที่ไม่ได้เสพงานศิลปะ จะไม่ค่อยให้ความสนใจกับ เรื่องคุณค่าทางงานค่ะ เพราะว่าจะอยากจะมีรูปสวยๆไปประดับ แต่ไม่สู้ราคา เพราะคิดว่าไม่คุ้ม

**7. สไตล์ที่ลูกค้าเลือกส่วนใหญ่เป็นแนวไหนครับ**

ตอบ แนวไม่เหมือนค่ะ อันนี้แล้วแต่รสนิยม แต่ส่วนใหญ่ ถ้าเลือกซื้อจะเป็นงาน paint บนผ้าใบ กับงาน handmade หรือพวก print on canvas แบบอิกีย

**8. ขอความเห็นเกี่ยวกับแพลตฟอร์มศิลปะหน่อยครับ**

ตอบ ตามความเห็นผ่น คาดว่าน่าจะมีคนทำหลายเจ้าแล้วถ้าทำจริง คงต้องสู้กันที่ราคาค่ะ แต่ถ้าภาพวาด อันนี้ไม่แน่ค่ะเพราะว่าคนในยุคปัจจุบันชอบความเป็นปัจเจกบุคคล อยากยูนิค แล้วยังไม่เหมือนกับใครๆ ยิ่งถ้ามีของที่เป็นมาสเตอร์พีซแบบของชั้นคนเดียว ลูกค้าจะยอมทุ่มมาก เพราะมันมีความหมาย เพราะงานภาพที่เป็นการแสดงตัวตนเฉพาะของลูกค้ามากกว่าก็จะขายได้มากกว่าภาพถ่ายค่ะ ยกเว้นว่าศิลปินคนนั้นต้องดังมากจริงๆแล้วก็ลูกค้าติดตามผลงานอยู่อันนี้ก็อาจจะได้นะคะ

## สัมภาษณ์ คุณพิมพ์ขวัญ เชิดชู

### interior designer บริษัท Oriental Studio

#### 1. ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นใคร อย่างละประมาณกี่เปอร์เซ็นต์

ตอบ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นห้างสรรพสินค้า คอนโด มีบ้านบ้าง โดยห้างสรรพสินค้ามีประมาณ 50% คอนโด 35% บ้าน 5% อื่นๆ 10%

#### 2. ปกติมีซื้อรูปตกแต่งบ้าน ไม่ว่าจะเป็นรูปจริงหรือรูปปริ๊นที่ลูกค้าบ้างมั้ครับ

ตอบ เคยเลือกจากแคตตาล็อกมาให้คะ ลูกค้ามีผลงานศิลปินที่ชอบก็เอามาให้ช่วยเลือก

#### 3. ตอนออกแบบมีออกแบบสถานที่ให้มีรูปตกแต่งบ้านอย่างไรบ้าง

ตอบ ตอนออกแบบก็ใส่รูปไปในห้องที่มีการออกแบบไว้ เช่น พวงงานคอนโด โรงแรม

#### 4. ส่วนใหญ่ลูกค้ามีหารูปมาให้หรือไม่ครับ หรือว่าพอมีพาลูกค้าไปซื้อที่จตุจักร หรือมีเซลล์มาติดต่อแนะนำรูปภาพให้ซื้อกับเค้า

ตอบ มีแบบว่าเค้ามีรูปในเล่มมาให้เราช่วยเลือกเป็นงานศิลปินแห่งชาติ และมีที่เราออกแบบไปในภาพสามมิติ แต่ไม่มีที่ไปซื้อที่เจเจหรือมีเซลล์เข้ามาขนาดนั้นคะ เพราะออฟฟิตไม่ได้ทำงานบ้านโดยตรง เลยไม่ได้ขนาดนั้น ถ้าไปเจเจหรือมีเซลล์อย่างนั้นส่วนใหญ่จะเป็นออฟฟิตที่ทำบ้านโดยตรง

#### 5. โดยปกติที่เป็น interior บ้านคือ เค้ามีเซลล์เข้ามาขายพวกรูปโดยตรงไหม้ แล้วปกติ interior ส่วนใหญ่จะซื้อรูปหรือแนะนำให้ลูกค้าแต่งภาพ ให้ลูกค้าเดือนหนึ่งประมาณกี่รูป

ตอบ โปรเจกหนึ่งแนะนำประมาณ 20 รูป โดยปีหนึ่งมีประมาณ 20 โปรเจกได้ แต่จริงๆ มันขึ้นอยู่กับรูปแบบการตกแต่งด้วยซึ่งมีผลต่อจำนวนรูป แล้วโปรเจกหนึ่งใช้เวลาขั้นต่ำ 2-3 เดือน ถ้าประมาณคร่าวๆก็มีประมาณ 400 รูปต่อปี

#### 6. พอรู้ราคามั้ว่ารูปส่วนใหญ่ที่ตกแต่งเค้ามีงบต่อภาพราคาเท่าไร

ตอบ ไม่ทราบราคาคะ ส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของจัดซื้อเองด้วยซ้ำบางทีเพราะเป็นความชอบส่วนบุคคล อย่างโรงแรมที่ตกแต่งให้ เจ้าของเค้าให้แคตตาล็อกมาแล้วเลือกให้เค้า แล้วเค้าก็ไปประมูลภาพนั้นๆด้วยตนเอง เรื่องรูปภาพแต่งบ้านจริงๆถ้าคนมีเงินส่วนใหญ่นักทำบ้าน เขาจะเลือกรูปเองและเป็นรูปที่ค่อนข้างหายาก มีไม่กี่รูปที่ผลิต เพราะการเลือกภาพก็เหมือนเป็นภาพลักษณะของเจ้าของ โดยดีไซน์เนอร์อาจช่วยแนะได้ แต่สุดท้ายเป็นสิ่งที่เจ้าของเลือกเองล้วนๆ โดยถ้าคนทั่วไปสามัญชนให้ออกแบบบ้าน ดีไซน์เนอร์ก็จัดซื้อพร้อมตกแต่งพวกแจกัน หมอน เล็กๆน้อย ตามจตุจักร



ราคาก็จะมีในงบจำกัดที่ลูกค้ากำหนดว่าอยากได้แนวไหน ราคาไม่เกินเท่าไร อันนี้คือคนทั่วไปที่จะซึ่งก็จะเลือกราคาปกติ ซึ่งก็แล้วแต่แนวกับความชอบอีกเพราะศิลปะมีหลายรูปแบบ

### 7. อยากสอบถามเกี่ยวกับสไตล์รูปของลูกค้าว่าส่วนใหญ่เป็นอย่างไร

ตอบ ส่วนใหญ่รูปที่ใช้กันจะเป็นรูปสถานที่เมืองนอกที่ดังๆ แต่ก็ขึ้นอยู่กับสไตล์คนชอบว่าชอบแนวไหน มีสไตล์รูปภาพแบบสเก็ตมือวาดคล้ายเส้นสวยๆ หรือว่าจะเป็นภาพสไตล์ minimal แล้วแต่สไตล์งานตกแต่งภายในด้วยค่ะ ทุกอย่างจะเป็นไปในทางเดียวกัน เช่น ทำคอนโดที่มีคอนเซปเป็นสไตล์อังกฤษ ก็จะเลือกสถานที่หรืองานศิลปะป็นชาวอังกฤษ สไตล์ภาพก็จะเป็นประมาณนี้ โดยเป็นภาพลายเส้น + สีน้ำ หรือเป็นภาพสีน้ำมัน หรือถ้าทำคอนโด ที่เป็นลักษณะ modern มากๆ ก็จะเป็นภาพโทนขาวเทาๆ แต่ก็ยังคงคอนเซปเรื่องสถานที่ หรือถ้าเป็นงานแบบรีสอร์ทตามเชียงใหม่ หรือพวกรีสอร์ทตามต่างจังหวัดราคาแพงๆ ก็จะมีเป็น gallery hotel ที่เป็นโรงแรมที่มีงานศิลปะติดโชว์ไปหมด อันนั้นภาพก็จะหลากหลาย ส่วนใหญ่จะเป็นงานสั่งทำ โดยเฉพาะเป็นภาพพื้นที่ เช่นงานของ Van Gogh ถ้าใช้แบบงานทั่วไปส่วนใหญ่จะเลือกภาพสีจางๆ ไม่ก็ขาวเทาๆตามที่ส่งให้ มันจะใช้งานง่าย ส่วนใหญ่งานตกแต่งทั่วไปใช้แนวนี้

## สัมภาษณ์ คุณสุวิษา ยอดปัญญาดี

### เจ้าของโฮสเทล Bangkok bed and bike และ อินทีเรียดีไซด์

#### 1. รายละเอียดทั่วไปเกี่ยวกับโรงแรม

ตอบ โรงแรมตั้งที่บริเวณเสาชิงช้า ลูกค้าโฮสเทลส่วนใหญ่เป็นลูกค้าต่างชาติ เน้นการประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ เว็บไซต์ต่างๆทั่วไปเป็นหลักในการหาลูกค้า โดยขนาดของโฮสเทลนั้นที่นี่มีด้วยกันทั้งหมด 36 เตียง เน้นการจัดกิจกรรม เช่น การปั่นจักรยาน การท่องเที่ยวชุมชน

#### 2. โฮสเทลมีรูปตกแต่งหรือไม่ ถ้ามีรูปมีแนวไหน

ตอบ ทางโฮสเทลเรามีรูปตกแต่งทั้งหมด 30 กว่ารูปด้วยกัน โดยรูปที่เลือกนั้นต้องมีการเลือกให้เข้ากับธีมของโฮสเทล โดยรูปแบบของรูปนั้นขึ้นอยู่กับรูปแบบของโรงแรม จะบอกแน่ชัดไม่ได้ เช่น ถ้าโรงแรมสไตล์ Modern ก็จะเน้นใช้รูปกราฟฟิกหรือเป็นภาพเขียน หรือถ้าโรงแรมสไตล์ Contemporary ก็จะเน้นที่รูปเหมือนจริงเป็นหลัก

### 3. รูปส่วนใหญ่ที่มีซื้อที่ไหน

ตอบ มีซื้อที่จตุจักรเพราะจะได้มีการซื้อของแต่งบ้านอื่นๆพร้อมกันไปด้วย แล้วงานปรี้นท์รูปส่วนใหญ่ที่สั่งก็ไม่มีร้านประจำที่ชัดเจน แต่ที่เลือกร้านที่จตุจักรเพราะร้านเขามีการซื้อไฟล์จาก Shutterstock ซึ่งเราสามารถเลือกแล้วปรี้นท์ได้เลย ไม่ต้องหาไฟล์มาปรี้นท์เองซึ่งทำให้เกิดความยุ่งยาก อีกทั้งมีความเสี่ยงด้านความคมชัดและลิขสิทธิ์ โดยชอบร้านที่มีการจัดการให้หมด ซึ่งพี่เคยทำรับเหมา

### 4. โรงแรมส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนรูปบ่อยหรือไม่

ตอบ ถ้าเป็นโรงแรมเล็กๆส่วนใหญ่ไม่ค่อยเปลี่ยนกันบ่อย แต่ถ้าเป็นโรงแรมใหญ่จะมีการเปลี่ยนทุก 3-5 ปี โดยการติดต่อโรงแรมส่วนใหญ่ก็ติดต่อผ่านจัดซื้อ ไม่ก็ผ่าน Interior เนื่องจากว่าถ้าโรงแรมไหนที่มี Interior ประจำ Interior ก็จะเป็นคนตัดสินใจว่ารูปที่เลือกเหมาะกับโรงแรมรูปแบบนี้หรือเปล่า โดยมองว่าโรงแรมหรือบ้านนั้นในการเลือกรูปตกแต่งบ้านถ้าบ้านหรือโรงแรมนั้นมีการจ้าง Interior ก็จะเป็นช่องทางให้เราในการเอาภาพไปขายได้

### 5. ราคาที่ซื้อคิดว่าเท่าไรถึงเหมาะสม

ตอบ ขึ้นอยู่กับงบประมาณที่วางไว้โดยเรื่องของราคาไม่มีการกำหนดตายตัวแน่ชัด โดยขึ้นอยู่กับงบประมาณตกแต่งที่วางไว้ โดยของที่โฮสเทลวางแผนไว้คือ งบตกแต่งบ้าน 10 ส่วน 3 ส่วน เป็นงบเกี่ยวกับรูปภาพ แล้วที่สำคัญอยู่ที่ว่ารูปแบบรูปที่จะซื้อเข้ากับแบบโรงแรมเราหรือไม่

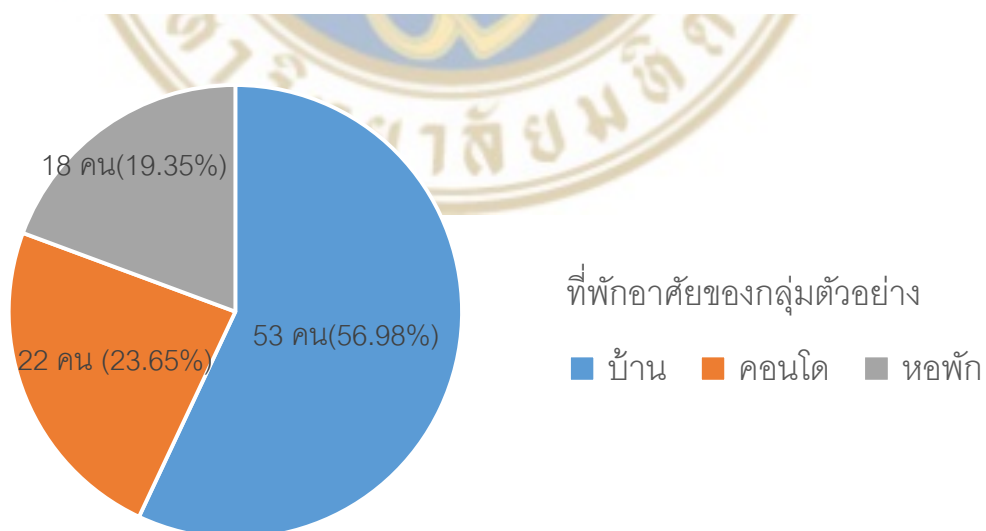
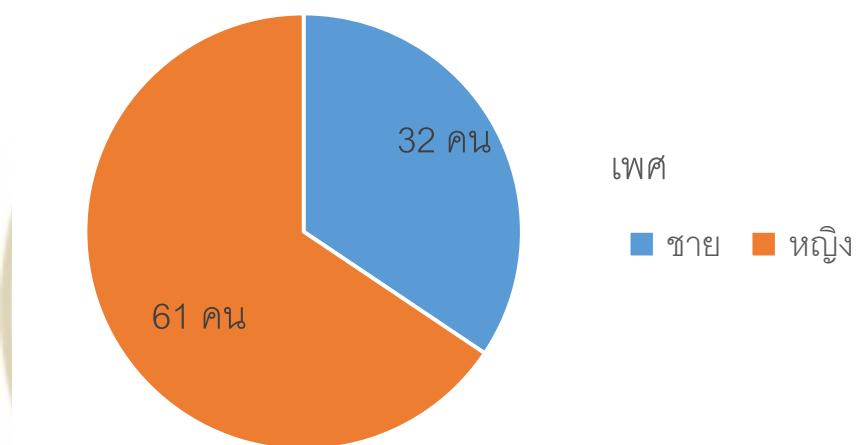
### 6. ถ้ามีแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีการเลือกรูปที่มีความหลากหลาย สะดวก และมีบริการครบวงจร จะสนใจที่จะซื้อกับแพลตฟอร์มนี้อหรือไม่

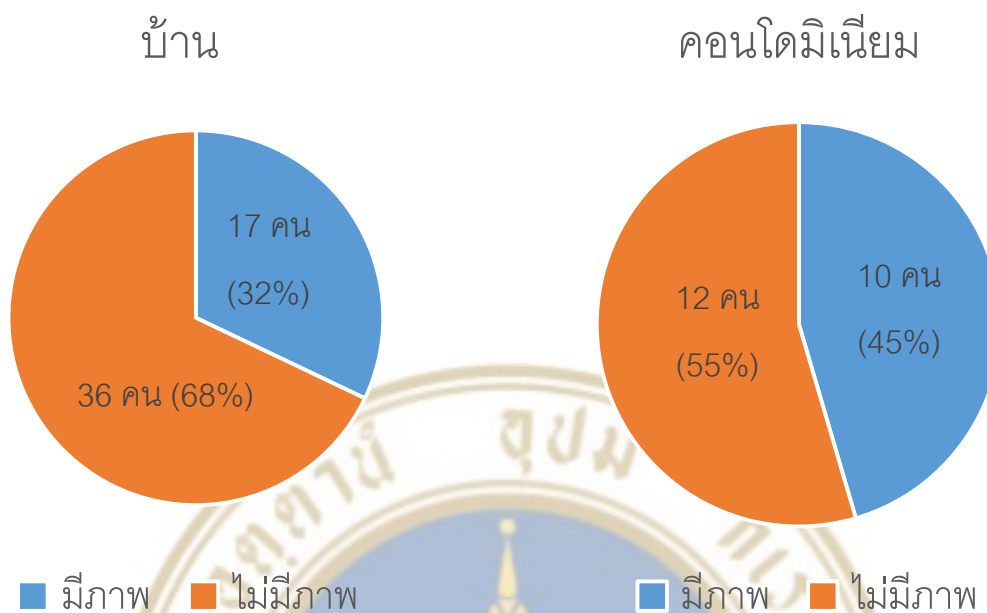
ตอบ มีความสนใจ แต่แพลตฟอร์มต้องมีการตอบสนองเรื่องรูปภาพที่ตรงกับความต้องการ อีกทั้งต้องมีบริการที่ครบวงจร ไม่ยุ่งยาก

## ภาคผนวก ข

## แบบสอบถามพฤติกรรมการอยู่อาศัยและการใช้ภาพตกแต่ง

ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามครั้งที่ 1 : แบบสอบถามรูปตกแต่งบ้านและคอนโด  
กลุ่มตัวอย่าง 93 คน อายุ 25-35 ปี





ARTORY ได้ออกแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 94 คน โดยมีช่วงอายุ 25 -35 ปี พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีที่พักอาศัยเป็นบ้าน 53 คน, เป็นคอนโดมิเนียม 22 คน และเป็นเช่าพักหอ/อพาร์ทเมนต์ 18 คน ในกลุ่มที่ ARTORY สนใจคือมีที่พักเป็นของตนเอง ได้แก่บ้าน กลุ่มนี้มีภาพตกแต่งบ้าน 17 คน (คิดเป็น 32%) โดยเป็นภาพปริ้นท์ 83% ส่วนกลุ่มคอนโดมิเนียม มีการตกแต่งห้องด้วยภาพ 10 คน (คิดเป็น 45%) โดยกลุ่มนี้เป็นภาพปริ้นท์ 70%

ดังนั้นจึงแสดงถึงโอกาสทางการตลาดของ ARTORY ในการจะผลิตภาพปริ้นท์เพื่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายบ้านและคอนโดมิเนียม

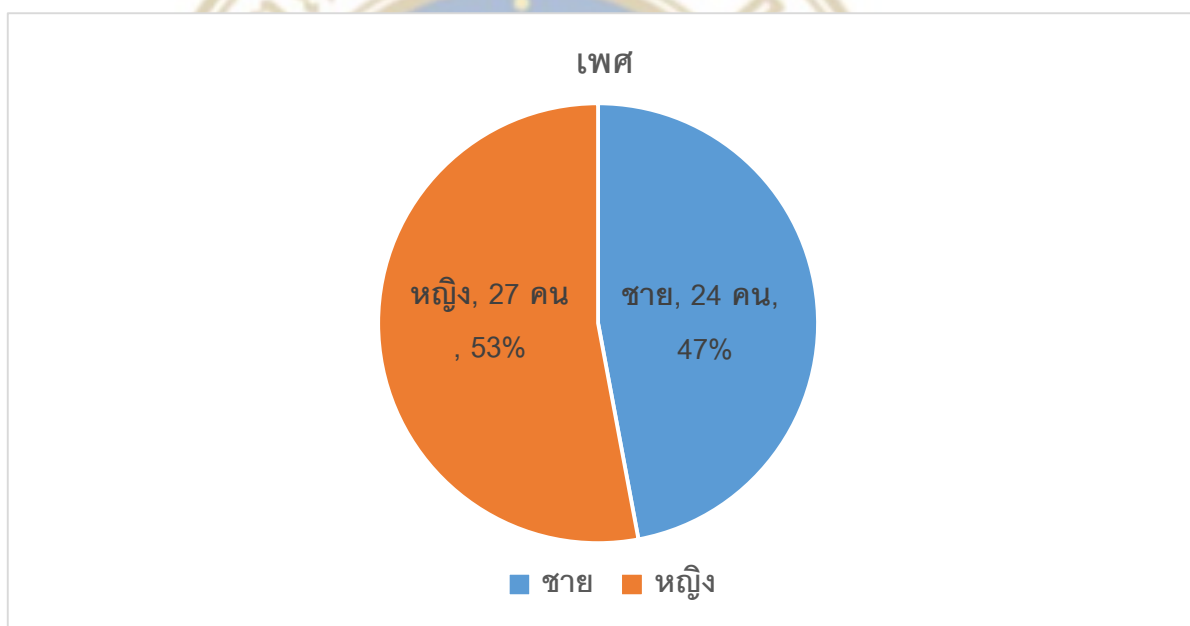
## ภาคผนวก ง

## สัมภาษณ์กลุ่มลูกค้า ความชอบวัสดุ และการประเมินราคาสินค้า

การสัมภาษณ์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลการเลือกภาพตกแต่งห้องและราคาที่ยินดีจ่าย

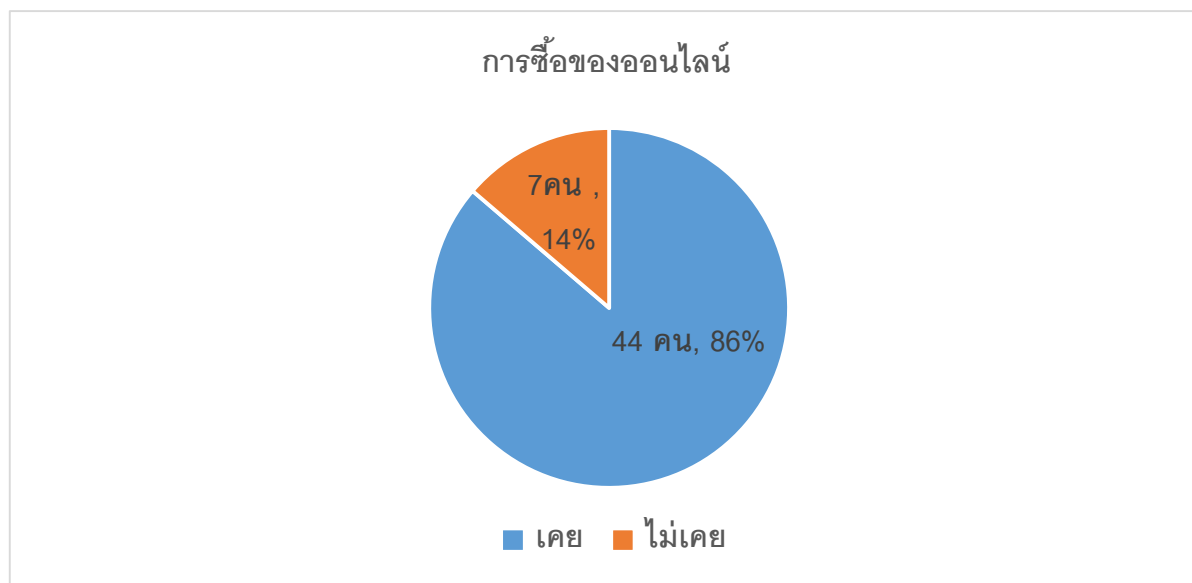
ข้อมูลทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 51 คน ช่วงอายุ 25-35 ปี เป็น ชาย 24 คน หญิง 27 คน



### กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อสินค้าออนไลน์หรือไม่

กลุ่มตัวอย่าง 51 คน เคยซื้อสินค้าช่องทางออนไลน์ 44 คน (86%) ไม่เคยซื้อสินค้าช่องทางออนไลน์ 7 คน (14%)



### ข้อมูลเชิงลึกของผู้ถูกสัมภาษณ์

สำรวจเรื่องวัสดุที่ใช้ โดยแบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้ (Artory ใช้แบบ Canvas Gloss)



Canvas gloss

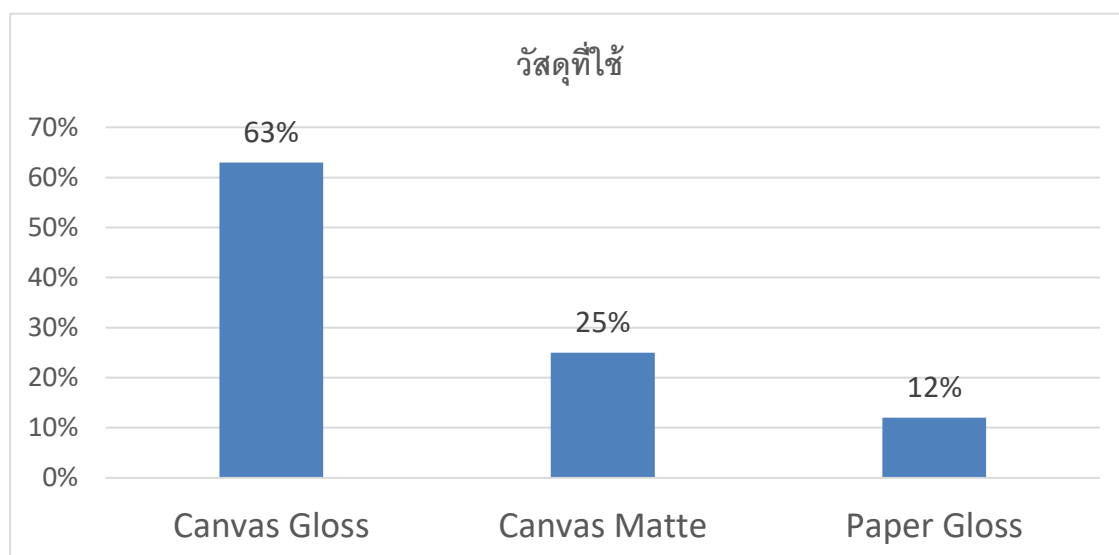


Canvas Matte



Paper Gloss

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับวัสดุที่ใช้พบว่า วัสดุที่ถูกค่าขึ้นชอบมากที่สุดนั้นเป็นแบบ Canvas Gloss โดยคิดเป็น 63% รองลงมาเป็น Canvas Matte 25% และน้อยที่สุดเป็น Paper Gloss 12% ซึ่งวิธีการหามาจากการหาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (ชอบมาก = 3คะแนน, ปานกลาง = 2 คะแนน, น้อย = 1 คะแนน)



ซึ่งเหตุผลที่เลือกภาพในแต่ละภาพ คือ

- 1.Canvas gloss ภาพดูเหมือนภาพวาดจริงบนผ้าใบ, ดูมันวาวมีชีวิตชีวา, ทำความสะอาดง่าย
- 2.Canvas Matte ภาพดูเหมือนภาพสีน้ำจริง, ดูเป็นธรรมชาติ
- 3.Paper Gloss วัสดุดูแข็งแรง, ไม่อมฝุ่น, ดูทันสมัย

การสอบถามด้านการยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้อภาพ

Type	average	Min.	Max.
Canvas Gloss	1,135	400	3,000
Canvas Matte	1,026	300	3,000
Paper Gloss	680	200	1,500

ในส่วนองราคาทีลู่กค้ายินดีจ่ยนั้นพบว่าลู่กค้ายินดีทีจ่ยจ่ยวัสดุประเภท Canvas Gloss ทีราคาแพงทีสุดโดยมีราคาเฉลี่ย 1,135 บาท รองลงมาเป็น Canvas Matte ที 1,026 บาท และ Paper Gloss ทีราคา 680 บาท

โดยเหตุผลทีลู่กค้ายินดีทีจ่ยซื่อภาพทีทำจากวัสดุ Canvas Gloss ในราคาเฉลี่ยที 1,135 บาท มีดังนี้

- วัสดุเหมือนภาพวาดจริง
- สีมีความคมชัด
- ทำความสะอาดง่าย
- วัสดุคุณภาพสูง



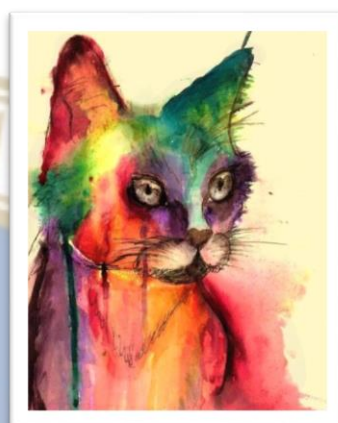


### สไตล์ของงานศิลปะที่ลูก้าชื่นชอบ

ทำการจัดรูปแบบการสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างเลือกภาพที่ตนเองชอบ 3 ภาพจากทั้งหมด 10 ภาพ โดยเรียงลำดับจากชอบมากที่สุดไปยังภาพที่ชอบน้อยที่สุด (ชอบมากที่สุด = 3 คะแนน, ปานกลาง = 2 คะแนน, น้อย = 1 คะแนน) (โดยใช้ภาพแมวที่มีสไตล์ต่างกัน เพื่อดูแนวโน้มความนิยมสไตล์ภาพของกลุ่มตัวอย่าง)



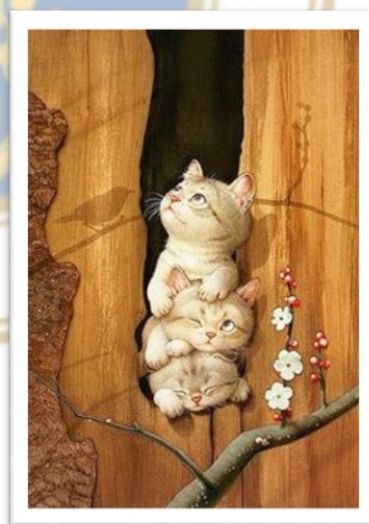
1. Classic



2. Colorful watercolor



3. Geometric



4. Cartoon



5. Monet



6. Oxana zaika



7. Picasso



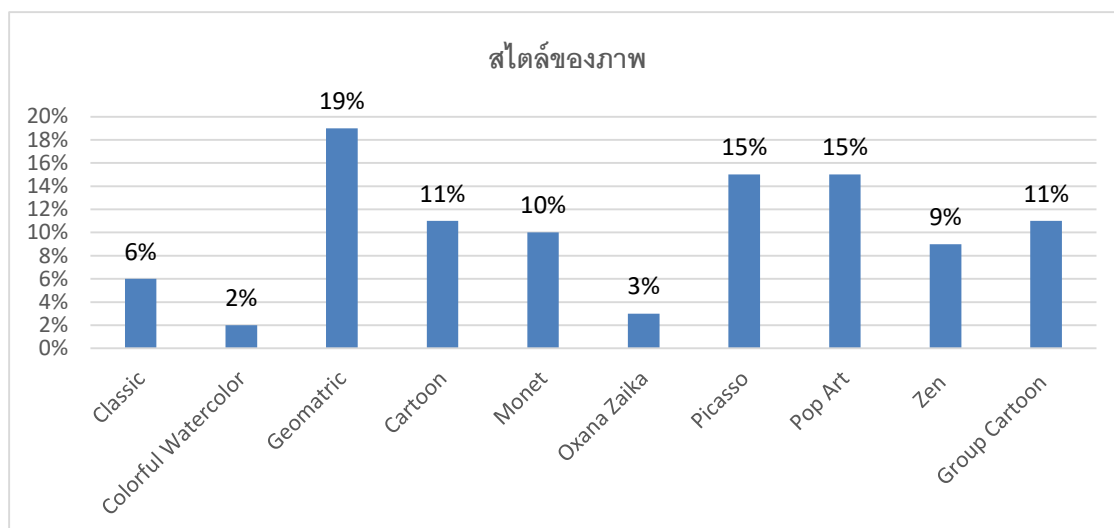
8. Pop Art



9. Zen



10. Cartoon



โดยจากการสอบถามพบว่าภาพที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ ภาพที่ 3 สไตล์ Geometric ที่ 19% รองลงมาเป็นภาพที่ 7 สไตล์ Picasso ที่ 15% และ ภาพที่ 8 สไตล์ Pop Art ที่ 15% จากการสรุปพบอีกปัจจัยหนึ่งที่น่าสนใจ คือ สไตล์รูปภาพที่ถูกเลือกในลำดับแรกๆ นั้น ได้รับความนิยมทั้งในแบบวิจิตรศิลป์ (Fine Art) (ภาพที่ 10 และ 7) และดิจิทัลอาร์ต (ภาพที่ 3 และ 8)

#### ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปภาพตกแต่งห้อง มีดังนี้

- สไตล์รูปภาพที่ชอบ เช่น เป็นภาพที่ดูแล้วสบายใจ, สบายตา, ความรู้สึกจากภาพ, ความเป็นตัวตนของเรา
- เข้ากับสไตล์ของห้อง, สีห้อง, เฟอร์นิเจอร์, ผ้าม่าน, บาน
- ราคา
- พื้นที่ มุมที่จะติดภาพ, ขนาดของภาพกับขนาดของพื้นที่ที่ติด
- วัสดุ
- ดูสวยงามเหมาะกับบ้าน
- ความสะดวกในการซื้อ

### จำนวนรูปที่มากส่งผลต่อการตัดสินใจอย่างไร

#### มีผลต่อการตัดสินใจ

- ด้านส่งผลดี: มีโอกาสพบภาพที่ถูกต้อง, มีตัวเลือกเยอะดี, ดีแต่ควรต้องมี category ในการเลือก, ดีมีให้เปรียบเทียบ, ชอบดูทั้งหมดก่อนค่อยเลือก
  - ด้านส่งผลเสีย: ทำให้เลือกยาก, อาจทำให้ขี้เกียจดู, อาจทำให้ Lost focus, ไม่แน่ใจจะเลือกภาพไหนควรมีการจัดรูปภาพที่ top
  - ด้านส่งผลไม่ดีและไม่แน่: ทำให้ใช้เวลาเลือกรูปนานแต่ทำให้ได้ภาพที่ถูกต้อง, ดีถ้ามีเวลาเลือกเยอะ
- ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ
- ถ้ามีน้อยแต่สวยก็ได้

### ถ้าจะซื้อภาพติดห้องจริงๆ จะซื้อเป็นภาพแนวไหน

แบ่งความต้องการได้หลายกลุ่ม (ขึ้นกับชนิดของห้องที่จะติดภาพ) เรียงลำดับตามความนิยมได้ดังนี้

1. กลุ่มภาพวิว, ธรรมชาติ, ทะเล
2. ภาพที่ให้ความรู้สึกสบายตา, ภาพน่ารัก, อบอุ่น, ภาพที่เข้าใจง่าย, ภาพที่ทำให้รู้สึก

ผ่อนคลาย

3. ภาพสไตล์วินเทจ
4. ภาพเมือง
5. ภาพตัวเอง, ภาพคน
6. กลุ่มภาพอื่นๆ เช่น Abstract, ภาพสไตล์ modern, ภาพดอกไม้, ภาพแผนที่

ต่างประเทศ, ภาพสัตว์ แมว

## ภาคผนวก จ

### สัมภาษณ์ความต้องการซื้อสินค้าจากแพลตฟอร์ม ARTORY

ARTORY ได้สัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าเชิงคุณภาพจำนวน 13 คน ภายในงาน Furniture Factory Outlet ด้านความต้องการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม ARTORY และการใช้งานแพลตฟอร์ม ARTORY (ดู ภาคผนวก ซ การพัฒนาแพลตฟอร์ม ARTORY) โดยมีผู้สนใจ 77% (จำนวน 10 คน) โดยมีปัจจัยดังนี้

- 70% (จำนวน 7 คน) เป็นผลงานจากนักศึกษาและศิลปินหน้าใหม่ ควรส่งเสริมให้เขามีพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์ตนเองและการขายงาน
- 70% (จำนวน 7 คน) เคยซื้อภาพปริ้นมาก่อน พอทราบคุณภาพของการพิมพ์ผลงานซ้ำ
- 80% (จำนวน 8 คน) ราคาไม่สูงนัก เมื่อเทียบกับของตกแต่งผนังทั่วไป
- 80% (จำนวน 8 คน) เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ สามารถสั่งซื้อได้สะดวกได้จากที่บ้าน

## ภาคผนวก จ

### การพัฒนาแพลตฟอร์ม ARTORY

หลังจากทางกลุ่มได้ออกแบบ User interface (version 2) แล้วทางกลุ่มได้ทำการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มลูกค้าจำนวน 13 คน และกลุ่มศิลปินจำนวน 8 คน โดยให้คะแนนความพึงพอใจ 5 ด้านได้แก่

- |                                 |  |
|---------------------------------|--|
| 1. Layout Format and Design     | รูปแบบและการออกแบบหน้าจามีความเหมาะสม    |
| 2. Features in application      | ฟังก์ชันการทำงานครอบคลุมความต้องการ      |
| 3. User Friendly (Easy to Use)  | Application ใช้งานง่าย เป็นมิตรกับผู้ใช้ |
| 4. Attractive Format and Design | รูปแบบหน้าจามีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ  |
| 5. Overall                      | ความพึงพอใจต่อภาพรวมของ application      |

โดยคะแนนรวมทั้ง 21 คน ออกมาเป็นดังนี้

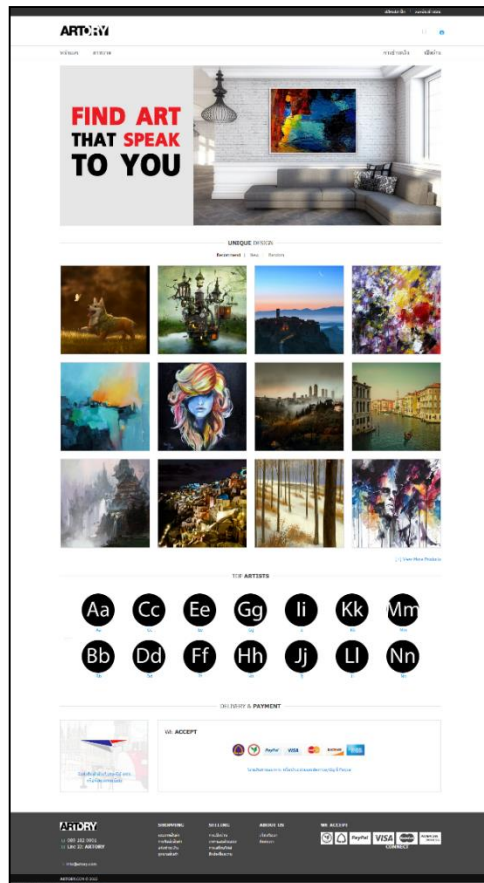
- |                                 |             |
|---------------------------------|-------------|
| 1. Layout Format and Design     | 4.37 points |
| 2. Features in application      | 4.03 points |
| 3. User Friendly (Easy to Use)  | 4.03 points |
| 4. Attractive Format and Design | 4.20 points |
| 5. Overall                      | 4.08 points |

โดยให้กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความพึงพอใจตั้งแต่ 0 – 5 โดยที่ 0 หมายถึงความพึงพอใจน้อยที่สุดและ 5 หมายถึงพึงพอใจมากที่สุด จากการสำรวจพบว่าคะแนนด้าน Layout Format and Design โดยคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.37 คะแนน คะแนนในด้าน Features In application (phase 1) คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 คะแนน คะแนนด้าน User Friendly (Easy to Use) คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 คะแนน คะแนน Attractive Format and Design คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 คะแนน คะแนน Overall คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 คะแนน

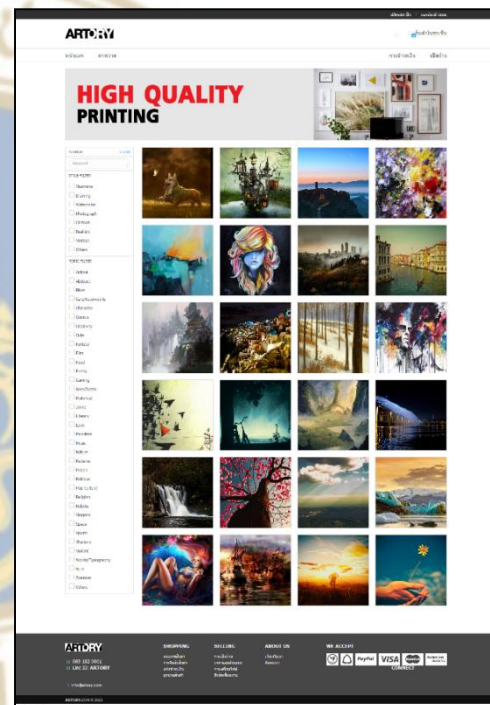
ทางกลุ่มจึงสรุปว่าการออกแบบหน้าจอ version 2 เป็นที่พึงพอใจต่อผู้ใช้งาน อย่างไรก็ตามคะแนนในด้าน Features In application คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 คะแนน แสดงให้เห็นว่าฟังก์ชัน

การใช้งานยังครอบคลุมความต้องการของผู้ใช้งานอยู่น้อย ทางกลุ่มจึงตั้งเป้าว่าจะต้องออกแบบหน้าจอ User Interface ให้ได้คะแนนความพึงพอใจในด้านต่างๆคะแนนเฉลี่ย 4.5 คะแนนขึ้นไป

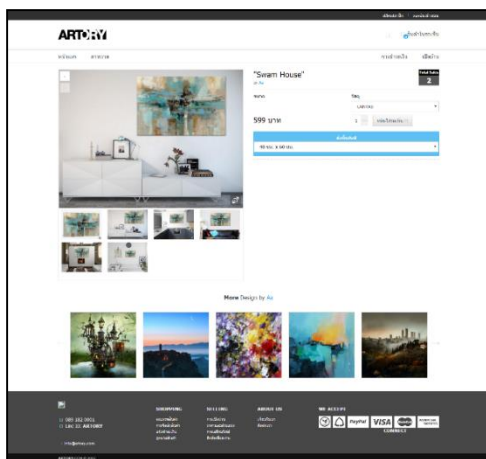
### แพลตฟอร์ม version 1



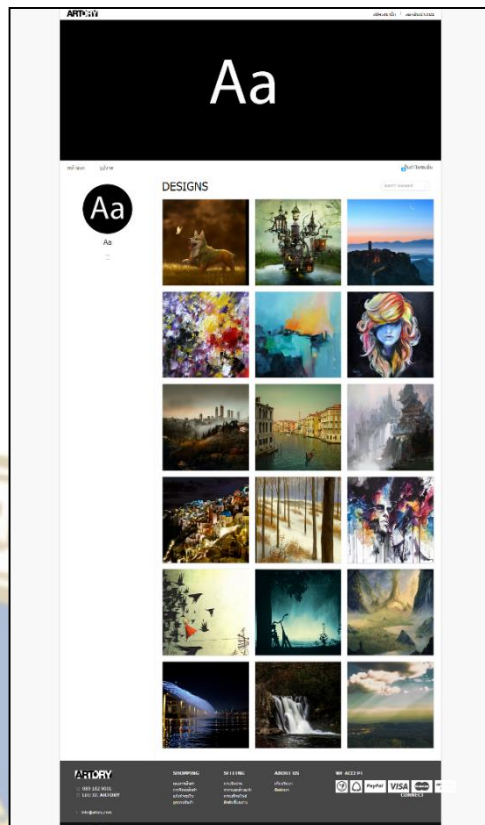
หน้าแรก



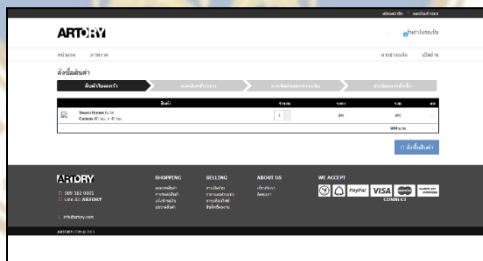
หน้ารูปภาพ



หน้ารายละเอียดรูปภาพ



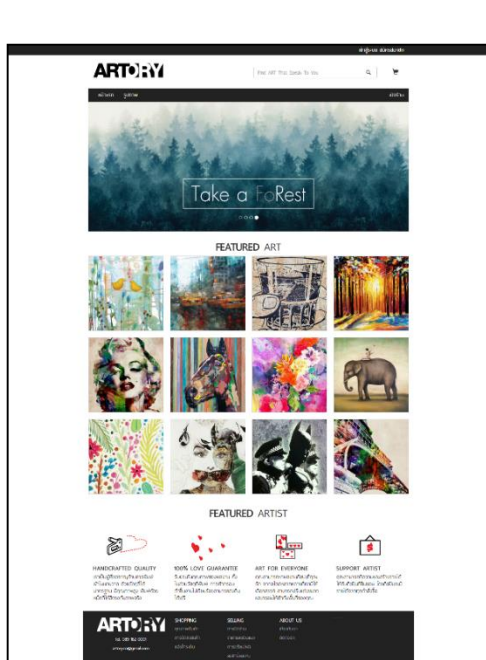
หน้าศิลปิน



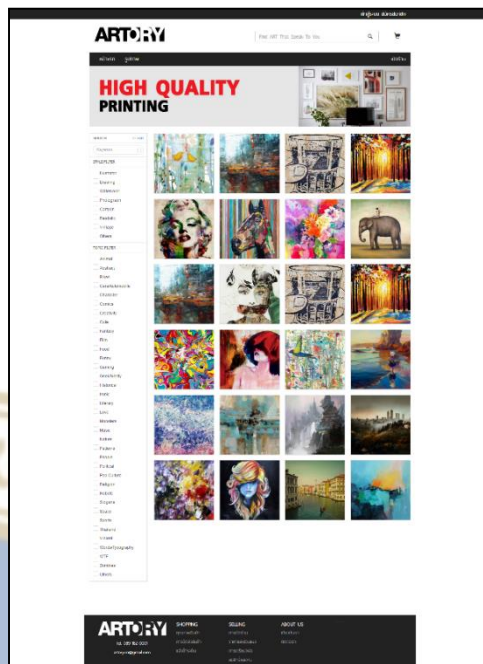
หน้าสั่งซื้อสินค้า



### แพลตฟอร์ม version 2



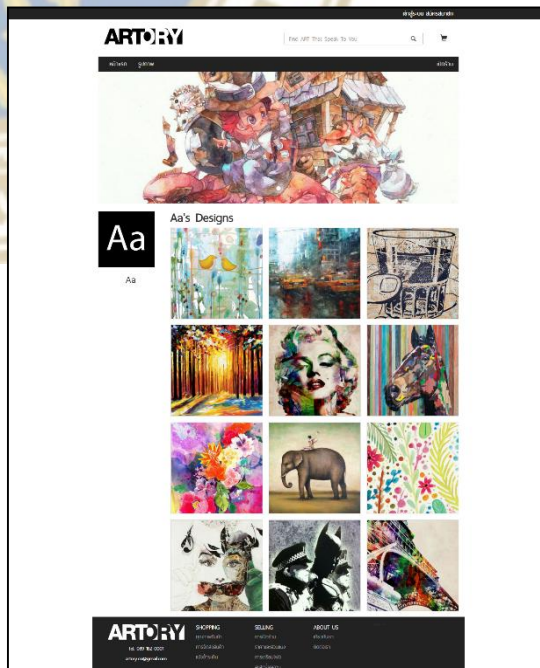
หน้าแรก



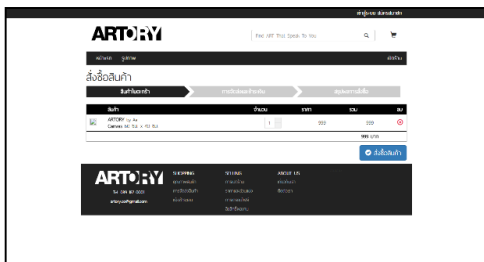
หน้ารูปภาพ



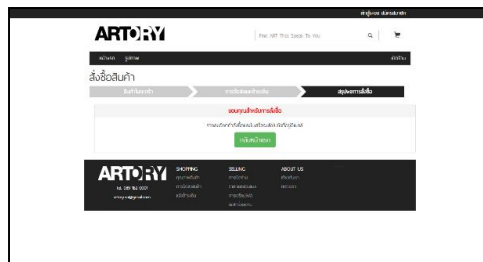
หน้ารายละเอียดรูปภาพ



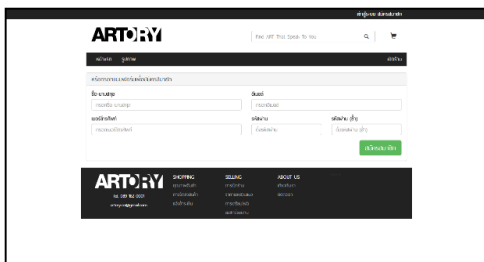
หน้าศิลปิน



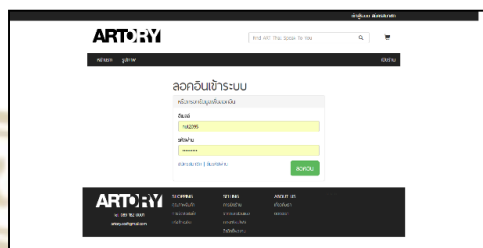
หน้าตระกร้าสินค้า



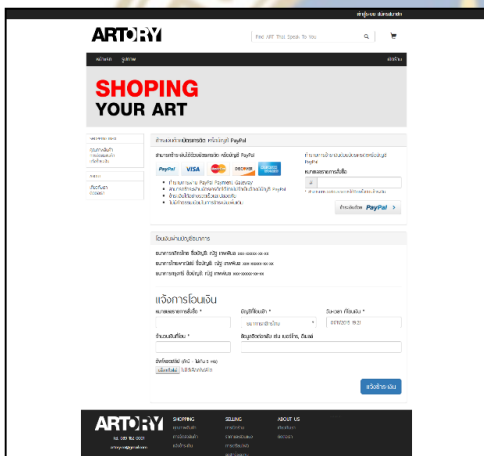
หน้าชำระเงิน



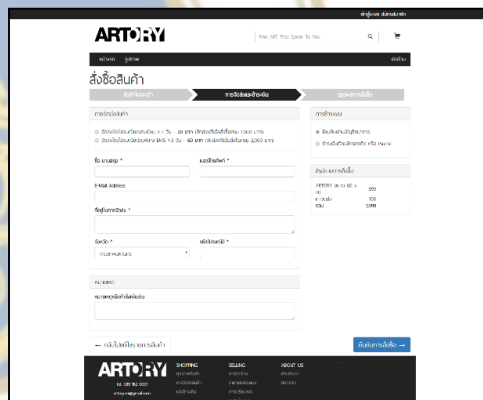
หน้าลงทะเบียน



หน้าเข้าสู่ระบบ



หน้าชำระเงิน



หน้ารายละเอียดการส่งสินค้า

## ภาคผนวก ข

### สำรวจตลาดโซนจตุจักร

#### 1. ร้านฟ้าใส เฟรม

ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า JJ Mall สอบถามราคากรอบรูปสี่ทง 1×1 เมตร ราคา 4,500 บาท

#### 2. ร้านสักทองดีไซน์

รับสั่งทำกรอบรูปทุกขนาด รับจัดภาพชุดสำหรับตกแต่ง หลากหลายรูปแบบ ภาพเขียน, ภาพถ่าย, ภาพพิมพ์ ทั้งแบบไทย และสากล ร้านมี 3 สาขาตั้งอยู่ที่ JJ Mall และ JJ plaza ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติเช่นมาเลเซีย, จีน, ไต้หวัน นิยมมีวนภาพกลับไปแล้วนำมาไปจึงเอง ส่วนใหญ่ขายภาพวาดจริง โดยมีศิลปินเป็นของตนเองซึ่งส่วนใหญ่มาจากเพาะช่างมี 20 คน โดยวาดภาพสีน้ำมันครั้งละ 5 ภาพขณะที่รอสีแห้งในแต่ละชั้นตอนก็วาดอีกภาพ ทำให้ทำงานได้เยอะขึ้น ค่าใส่กรอบภาพ canvas ขนาด 1×1 เมตร เป็นค่าจึงภาพ 600 บาทและค่ากรอบ 600 บาท รวม 1,200 บาท ราคาภาพวาดราคาปกติ 1,500 บาท, ราคาส่ง 800 บาทถ้าสั่ง 100 รูปขึ้นไป โรงแรมชอบงาน fine art จริงมากกว่าภาพ print เนื่องจากราคาไม่ต่างกันมาก ที่นี้ภาพวาดจริงราคาถูกกว่าที่อื่น ภาพจริงดูสมจริงและอยู่ได้นานกว่า print

ในส่วนการพิมพ์ภาพ canvas ใช้เครื่องพิมพ์ inkjet โดยมีผ้า 2 แบบ ชนิดมันกับชนิดด้าน , ซื้อภาพจาก Shutterstock แล้วนำมาปรับแต่งสีให้สวยงามขึ้น โดยภาพขนาด 1×1 เมตร ราคาพิมพ์ 2,800 บาท มีฐานลูกค้าเป็นอินที่เรียโครงการต่างๆ ส่วนกลุ่ม fine art ไม่ค่อย print หาก order มีแค่ภาพขาวดำ ราคากรอบภาพขนาด 1×1 เมตร ราคา 2,000 บาท หากแบบราคาถูก 1×1 เมตร ราคา 1,000- 1,200 บาท ไม่รวมกระจก

#### 3. ร้าน Trinamthip Photo Canvas

ร้านขายภาพ รับพิมพ์ภาพลงบนผ้าใบ canvas พร้อมจึงเฟรมและทำกรอบรูป เปิดร้านมา 6 – 7 ปีแล้ว มี 2 สาขาที่จตุจักรพลาซ่า รับพิมพ์ภาพโดยลูกค้านำภาพมาเอง หรือบอกความต้องการ

ภาพให้ช่วยหาภาพให้ได้ ราคา print ตารางนี้วละ 2.5 บาท, ขนาด 1×1 เมตร ราคา 2,500 บาท กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ คนยุโรป หากเอเชียเป็นชาวสิงคโปร์ มาเลเซีย กลุ่มโรงแรมจากต่างประเทศ, คนจีนนิยมภาพ Thai style ชาวต่างชาติชอบงานคนไทยมากกว่าเวียดนามเนื่องจากเราทำงานละเอียดกว่าแต่เราราคาจะสูงกว่าเวียดนาม ส่วนลูกค้าคนไทยเป็นกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ ตกแต่งคอนโดห้องตัวอย่าง, Service apartment จะจ้างทำหลายๆห้องเพื่อเพิ่มมูลค่าห้อง, กลุ่มผู้อาศัยคอนโดและบ้าน เป็นวัยทำงานอายุ 25 ปีขึ้นไป ลูกค้าเลือกภาพ print เพราะสามารถประหยัดต้นทุนได้มากกว่ารูป fine art จริง ทางร้านมีศิลปินในสังกัด แต่ศิลปินมักจะเขียนภาพตามอารมณ์ ทำให้กำหนดเวลาที่แน่นอนได้ยาก รูปภาพขนาด 1×1 เมตร ราคา 4,500 บาท ทางร้านยังไม่ได้เปิดร้านออนไลน์ เป็นแผนในอนาคตที่คิดจะทำอยู่

### 3. ร้านบูชา

ร้านรับทำกรอบภาพ (ไม่มีจำหน่ายภาพ) ราคาแบบกรอบรูปพร้อมกระจก ขนาด 50 × 50 ซม.ราคา 500 บาท, แบบกรอบรูปไม่มีกระจก ขนาด 50 × 50 ซม. ราคา 350 บาท / 280 บาท หาก 6 ภาพ / 240 บาท หาก 100 ภาพ การอิงภาพ canvas หากภาพขนาดเล็กใช้สเปรย์กาวอิงได้ง่าย แต่หากภาพขนาดใหญ่ต้องใช้การอิงซึ่งต้องมีค่าแรงเพิ่ม ค่าวัสดุโครงภาพ 180 บาท ค่าอิง 100 บาท หากเลือกกรอบวัสดุพลาสติกราคาสูงกว่า 2 เท่า ลูกค้าเป็นกลุ่มอินทรีเรีย, โรงแรม, คอนโดห้องตัวอย่าง โดยคอนโดเน้นสไตล์ model เป็นกรอบเรียบๆ

### 4. กวงเชียงเฟรม แอนต์ ชัพพลาย

Facebook: Line art & KC Frame กรอบรูป ไม้เส้น

ค่าวัสดุกรอบ ความยาว 2.9 เมตร 32 บาท

## 5. ตลาดนัดจตุจักร โครงการ 7

ภาพวาด fine art หลากสไตล์คล้ายการจัดแสดงแกลเลอรีภาพราคาหลักหมื่น



### ตลาดนัดจตุจักร โครงการ 7

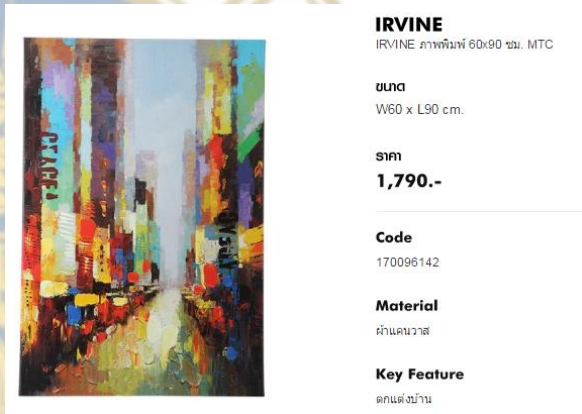
สรุปการสำรวจตลาดจตุจักรที่ตลาดนัดจตุจักรโครงการ 7 เป็นภาพวาดจากศิลปินส่วนใหญ่เป็นภาพวาดจากจินตนาการ ภาพราคาหลักหมื่นกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติจึงไม่ใช่คู่แข่งทางตรงของ ARTORY

## ภาคผนวก ข

### คู่แข่ง

#### 1. Index Living Mall

มีภาพ print ราคาหลักร้อย ถึงหลักพัน ให้เลือกมากมาย และมีจำหน่ายช่องทางออนไลน์ โดยภาพส่วนใหญ่มาจากจีน



#### 2. IKEA

ช่องทางออนไลน์ มีภาพพิมพ์ canvas น้อย ส่วนใหญ่พิมพ์บนกระดาษมากกว่า เน้นขายกรอบรูปและ อุปกรณ์เสริมอื่นๆ ส่วนภาพที่มีศิลปินออกแบบจะระบุเป็นผลงานของศิลปินไว้ชัดเจน



### พแนทเทอร์รีด

รูปภาพ, colour run

## 990 บาท

รหัสสินค้า: 203.013.99

ออกแบบภาพโดย Svetlana Rabey พิมพ์บนผ้าใบ  
คุณภาพสูง หนาให้ภาพดูมีมิติและมีชีวิตชีวา **อาบพิมพ์**  
ขนาด  
90x90 ซม.

บันทึกการรายการ

สินค้าเสริม

+



ดูสินค้าเสริมทั้งหมด

ตรวจสอบสินค้าในสต็อก

เลือก

ตกลง

ราคาและสินค้าในสต็อกอาจแตกต่างกันไป

### 3. SBdesignsquare

ช่องทางออนไลน์ มีจำหน่ายภาพมากมาย แต่ส่วนใหญ่เป็นภาพขนาดเล็กราคาไม่ถึง 500 บาท มีภาพขนาดใหญ่หน่อยและไม่บอกวัสดุที่ใช้พิมพ์ภาพ



### SBDS ภาพแขวนผนัง

## #XC76389-1409A/XC

รหัสสินค้า 25023242

เฟอร์นิเจอร์ ภาพแขวน

แบรนด์ SB DESIGN SQUARE

ขนาด 80.00x60.00x2.30 cm.  
(W x D x H)

สี GREY



สไตล์ Modern

## 790 บาท

4. **Homepro** ไม่มีจำหน่ายภาพในช่องทางออนไลน์

5. **Koncept** ไม่มีจำหน่ายภาพในช่องทางออนไลน์

6. **ARTHOME** มี 4 ร้านค้าออนไลน์



ขายภาพพิมพ์กรอบลอย กระดาษ PP เคลือบฟิล์ม เป็นเซต 3 ภาพ มีภาพประมาณ 80

แบบ

ขนาด 40\*60 ซม. 3 ภาพ ราคา 1,460 บาท /เซต

ขนาด 50\*70 ซม. 3 ภาพ ราคา 1,980 บาท /เซต

